



EESTI MAAÜLIKOOL

Põllumajandus- ja keskkonnainstituut

Liisa Sekavin

KOHTADE IDENTITEET ENDISTEL TÖÖSTUSALADEL VOLTA KVARTALI JA ÜLEMISTE CITY NÄITEL

PLACE IDENTITY IN URBAN RENEWAL AREAS OF VOLTA KVARTAL AND ÜLEMISTE CITY

Magistritöö

Maastikuarhitektuuri õppekava

Juhendajad:

Friedrich Kuhlmann, *Dipl.-Ing.*

Gloria Niin, *MSc*

Tartu 2018

Eesti Maaülikool Kreutzwaldi 1, Tartu 51014		Magistritöö lühikokkuvõte	
Autor: Liisa Sekavin		Õppekava: Maastikuarhitektuur	
Pealkiri: Kohtade identiteet endistel tööstusaladel Volta kvartali ja Ülemiste City näitel			
Lehekülgi: 76	Jooniseid: 20	Tabeleid: 0	Lisasid: 1
Osakond: Maastikuarhitektuuri osakond			
Juhendajad: Friedrich Kuhlmann, Gloria Niin			
Kaitsmiskoht ja –aasta: Tartu, 2018			
Kokkuvõte:			
<p>Magistritöö eesmärk on uurida linnauuendusprotsesse läbivate endiste tööstusalade kujunemist seoses koha identiteediga. Töös uuritakse kahte varasemalt peamiselt tööstusfunktsiooni omanud kohta, Volta kvartalit ja Ülemiste Cityt. Mõlema ala puhul intervjueeriti maastikuarhitekte ja arendajaid ning viidi läbi alakülastusi. Uurimistöö tulemusel arutleti järgnevatel teemadel: kohtadega seonduv diskursus, arenduste paiknemine Tallinna kontekstis, avaliku ruumi kujundamine ja brändi tähistajad ruumis. Leiti et kohaidentiteet oli põhiliselt relevantne tehes esteetilisi otsuseid. See seostus ka maamärkide loomega, mille funktsioone nähti koha identiteedi tähistamisel ja inimeste alale kutsumisel. Maamärgid soodustasid ka brändiga kooskõlas kohtade representatsioonide levikut. Identiteet avaldus kohtade avalikus ruumis ka läbi brändi tähistajate. Neid nähti kui territoriaalse identiteedi stabiliseerijaid, mis löid ala ümber tunnetuslikke piire.</p>			
Märksõnad: Koha identiteet, tööstuspärand, linnauuendus, kohabränd			

Estonian University of Life Sciences, Kreutzwaldi 1 Tartu 51014		Abstract of Master’s Thesis	
Author: Liisa Sekavin		Speciality: Landscape Architecture	
Title: Place identity in urban renewal areas of Volta kvartal and Ülemiste City			
Pages: 76	Figures: 20	Tables: 0	Appendixes: 1
Department: Department of Landscape Architecture			
Supervisors: Friedrich Kuhlmann, Gloria Niin			
Place and date: Tartu, 2018			
Summary: The aim of the thesis was to study design in relation to place identity under the condition of urban regeneration of industrial areas in Tallinn, Estonia. Two cases were selected – Volta kvartal and Ülemiste City. For both areas the landscape architects and developers were interviewed and site visits were conducted. As a result the following topics were discussed: discourse on places, the placing of the developments in the context of Tallinn, designing of the public space and brand signifiers present in the areas. The results showed that place identity became relevant when making decisions on the aesthetics of the design. It related to the creation of landmarks, which were seen as important signifiers of place identity, inviting people to the areas as well as allowing for the circulation of on brand representations of the place. Identity also manifested in the public spaces of the areas in the form of brand signifiers. These were argued to be stabilizers of territorial identity, promoting a sense of inclusion and exclusion.			
Keywords: Place identity, industrial heritage, urban renewal, place brand			

EESSÕNA

Soovin tänada töö juhendajaid Friedrich Kuhlmanni ja Gloria Niint, kelle head soovitusel, ideed ja kriitika olid suureks abiks. Olen väga tänulik ka kaastudengitele, sõpradele ja perekonnale toetuse ja inspiratsiooni eest: Kertu Kruus, Kaja Veddel, Krista Vadi, Kristin Vaher, Sander Alekand, Aire Sekavin, Peeter Sekavin. Suured tänud ka intervjueritutele, tänan teid huvitavate vestluste eest.

SISUKORD

EESSÕNA	4
Sissejuhatus	6
1. Teoreetilised lähtekohad	8
1.1. Linnauuendus	8
1.2. Linnauuendus endistel industriaalaladel	11
1.3. Taaselustamine Tallinna endistel tööstusaladel	13
1.4. Kohtade identiteet	17
1.5. Bränditud maastikud	28
2. Materjal ja metoodika	32
2.1. Uurimismeetodid	32
2.2. Uuritavad juhtumid	33
2.2.1. Volta kvartal	33
2.2.2. Ülemiste City	36
3. Tulemused	41
3.1. Koha diskursus praktikas	41
3.2. Volta kvartal	44
3.3. Ülemiste City	48
3.4. Brändi tähistajad avalikus ruumis	53
4. Arutelu	59
Kokkuvõte	64
Summary	65
Kasutatud kirjandus	67
LISAD	75
Lisa 1. Intervjuu kava	75

SISSEJUHATUS

Kaasaegse urbanismi üks olulisi ülesandeid on adresseerida tööstusprotsessidest mõjutatud linnamaastike (Braae, 2015). Muuhulgas seisneb see otsustamises, kuidas tegeleda teatud pärandiga, mis just neile ruumidele omane on (Riesto, 2018). Linna uuendamine tähendab sekkumist eksisteerivatesse maastikesse. See aga tõstatab küsimusi väärtuste kohta: milliseid aspekte linna maastikest me tahtlikult säilitame või tugevdame, mida muudame ja maha jätame. Kuidas kujutame ette vajadusi ja soove tuleviku linnaruumile.

Antud töös on uuritud linnauuendusprotsesse läbivate endiste monofunktsionaalsete tööstusalade spetsiifikat maastikuarhitektuursest vaatepunktist. Erilise huvi all on tähendusliku või „identiteediga“ ruum ja selle muutumine. Uuritakse kahte varasemalt peamiselt tööstusfunktsiooni omanud kohta – Volta kvartalit ja Ülemiste Cityt ja nendes ruumilisi muutusi juhtivate inimeste seisukohti, pidades silmas, et see kuidas kohtadest mõtleme, mõjutab seda, kuidas neid kujundame (Kjerrgren, 2015).

Töö eesmärk on toetudes kohtade teooriale uurida kohtadega seonduvat retoorikat ja linnauuendusprotsessi läbivate tööstusalade kujundamist eesti praktikas. Töös uuritakse, kuidas kohtadele omistatud identiteet seostub maastikuarhitektuurse disainiga. Lisaks uuritakse kohtadele omistatud tähenduste edastamist läbi kohabrändi kontseptsiooni, et mõista nii selle positsiooni disaini praktikas, kui ka puutepunkte koha identiteediga.

Töös on püstitatud üldine uurimisküsimus: kuidas mõjutab kohtadega seotud identiteet Tallinnas linnauuendusprotsesse läbivate Ülemiste City ja Volta kvartali väliruumi kujunemist?

Üldisest uurimisküsimusest lähtuvalt on püstitatud järgmised spetsiifilisemad uurimisküsimused:

1. Kuidas näevad kohtade identiteeti projektidega seotud arendajad ja maastikuarhitektid?

2. Kuidas mõjutab nende kohtadega seotud identiteet väliruumi kujunemist?

Küsimustele vastamiseks uuritakse arendusprojektidega seotud maastikuarhitektide ja arendajate seisukohti ruumi kujundamisel. Empiirilise materjali põhiosa moodustavad ekspertintervjuud arendusprotsessi osapooltega, täpsemalt arendajate ja maastikuarhitektidega, mis viidi läbi ajavahemikus 26. aprill kuni 25. mai 2018.

Töö jaguneb kaheks suuremaks osaks. Esmalt antakse ülevaade tööstusalade paigutumisest linnauuenduse temaatikas. Seejärel vaadatakse põhjalikumalt erinevaid lähenemisi kohtade ja nende identiteedi käsitlesest. Töö teises osas kirjeldatakse metoodikat ning uuritavaid juhtumeid. Tulemustes käsitletakse praktikas kasutusel olevat retoorikat, arenduste positsiooni Tallinna kontekstis, avaliku ruumi kujunemist ning brändi tähistajaid endistel tööstusaladel. Magistritöö lõpuosas on esitatud teoreetilistest lähtekohtadest ja tulemuste analüüsist tulenevad järeldused ning autori enda seisukohad.

1. TEOREETILISED LÄHTEKOHAD

1.1. Linnauuendus

Linnauuendus (inglise keeles *urban renewal*) tähistab degenerereerunud või mahajäetud alade arendamist ja kasutusse võtmist (Yung, Zhang ja Chan, 2017). Terminit hakati kasutama II maailmasõja järgselt, kui paljusid piirkondi iseloomustas vajadus suuri alasid taastada koos sooviga kaotada slumme ning moderniseerida linna südameid ja infrastruktuuri (Couch, Sykes ja Börstinghaus, 2011). Linnauuendus mõjutab enamasti ruumi füüsilist struktuuri. Protsessi puhul on oluline ka sotsiaalne dimensioon (Lai, Chau, & Cheung, 2018). Linnaplaneerimise strateegiate rahvusvahelise levimise ja sarnasuste tõttu lääneriikide sotsiökonomilistes- ja poliitilistes arengutes võib seejuures rääkida lääneriikide ühisest kogemusest. Ajalooliselt on eristatud linnauuenduses kolme erinevat generatsiooni (Carmon, 1999), mida iseloomustavad teatud tüüpilised lähenemised linna uuendamise probleemidele. Järgnevalt antakse neist lühike ülevaade, mõistmaks tänapäevase olukorra kujunemist.

Carmoni (1999) jaotuse kohaselt kirjeldab esimest linnauuenduse generatsiooni „buldoosertüüpi“ lähenemine. II maailmasõja lõpus ja selle järgsel perioodil rajati põhiliselt avaliku võimu poolt lammutatud, allakäinud alade või slummide asemele peamiselt erakapitali toel uued modernsed hooned. Praktikad kritiseeriti erinevatel põhjustel laialdaselt. Näiteks nähti probleemilisena psühholoogilisi raskusi, mida slummidest ümberasustatud kogesid. Ühtlasi võisid tühjad maa-alad linnade keskel arendust oodata pikka aega, põhjustades majanduslikku ja sotsiaalset kahju.

Teist generatsiooni võib kirjeldada alates 1960-ndatest aastatest, kui vastureaktsioonina eelnevale ja tänu üldisele majanduskasvule, alustati Ameerika Ühendriikides erinevate programmidega sotsiaalsete probleemide lahendamiseks ja vaeste naabruskondade edendamiseks. Peagi levis lähenemine ka teistesse lääneriikidesse. Teist generatsiooni

iseloomustab omavalitsuste ja riikide püüe naabruskondi nende siseselt paremaks muuta läbi kaasamise, infrastruktuuri ja hoonete parandamise.

Kolmandasse generatsiooni on Carmon (1999) paigutanud linnade taaselistamine, seda eriti linnakeskuste läheduses. 1970-ndate aastate alguses levis globaalne majanduskasvu aeglustumine ning eelnevate aastate lähenemised ei viinud oodatud tulemusteni, lõpetati programme ja otsiti uut lähenemist, mis adresseeriks nii füüsilise keskkonna parandamist kui sellega seotud sotsiaalset dimensiooni (Couch, Sykes ja Börstinghaus, 2011). 70-ndatel ja 80-ndatel aastatel hakati kirjeldama spontaanseid taaselistamise protsesse, mida võib jagada avalik-individuaalseteks ja avalik-era partnerlusteks.

Avalik-individuaalne taaselistamine kirjeldab üksikinimeste investeeringuid oma elukohta. Siia kuulub näiteks gentrifikatsioon, kus allakäinud kuid hea asukoha ja teatud erilise arhitektuurse või ajaloolise karakteriga hoonetesse ja piirkondadesse kolivad madalate kulude tõttu elama noored kultuurset kapitali omavad inimesed, tõstes aegamööda naabruskonna väärtust ja põhjustades algse elanikkonna järkjärgulist tõrjumist ja keskklassi sissekolimist (Zukin ja Braslow, 2011). Avalik-individuaalne taaselistamine kirjeldab ka protsessi, kus tüüpiliselt kesklinnast kaugemates piirkondades koondub naabruskonna parandamiseks omavalitsuste ja mittetulundusühingute toel olemasolev elanikkond. Samuti kuulub siia naabruskondade taaselistamine, majanduslikku ja kultuurilist kapitali omavate, peamiselt arenevate maade suurlinnadest pärit, immigrantide poolt.

Avalik-era taaselistamine toimub enamasti hea asukohaga, kesklinna läheduses asuvate, suurte arenduste puhul erainvestorite, sageli ka korporatsioonide ja avaliku võimu, enamasti kohaliku omavalitsuse koostööna. Taolised projektid on potentsiaalselt mitmekülgsest edukad, tõmbavad ligi ärisid, kohalikke kliente ja turiste ning suurendavad märkimisväärselt nii kohalikku maksubaasi kui ka linna prestiiži. Seejuures toimub allakäinud hoonete uuendamine, ajalooliste hoonete ja struktuuride säilitamine ja linna avaliku ruumi arendamine (Yung, Zhang ja Chan, 2017).

Tänapäevane linnauuendus on enamasti kirjeldatav läbi Carmoni (1999) kolmanda generatsiooni jaotuste – gentrifikatsiooni ning avalik-era partnerluste (Lai, Chau ja Cheung,

2018). On väidetud, et kinnisvaraarendus linnades ja gentrifikatsioon, on asendanud tööstuse, kui põhilise kapitali tootmise viisi ning muutunud keskseks majanduslike ja linnaruumilisi arenguid juhtivaks jõuks (Smith, 2002), esindades sealjuures teatud majanduslike ja sotsiaalsete huvide domineerimist ühiskonnas (Smith, 2002). Linnade uuendamist võib näha ka kui linna poliitilist vastust hajalinnastumisega ja väljakutsetele, mis kaasnevad ühepereelamuid loovate kinnisvaraarendusprojektidega, nagu teede, kanalisatsiooni ja sotsiaalsete teenuste välja ehitamine (Jaakson, 1996) ning rohealade kahanemine laieneva linna arvelt (Ganser & Williams, 2007).

Liberaalsuse vaimus globaliseerunud maailmas võistlevad linnad ja riigid omavahel investeeringute ja inimkapitali nimel. Regioonide arengus on oluline ka atraktiivsuse arendamine ning teistest eristumine (Smith, 2002). Postindustriaalsete linnade ruumilist ja majanduslikku arengut kombineeritakse ning üritatakse sageli juhtida kultuuri ja loomemajanduse kaudu (Wang, 2009; Martínez, 2017).

Richard Florida (2012) on loova klassi teooriaga kirjeldanud kuidas innovatsioon, loovus, disain ja kapital kogunevad teatud kohtadesse läbi loovasse klassi kuuluvate individide elukohavalikute. Florida mõjul loodetakse läbi kohtade atraktiivsuse tõstmise majanduslikku kasu. Vähem jõukad linnad võivad loova klassi ideedele tuginedes investeerida rattateedesse, soosida autentset urbaanset atmosfääri, edenda kultuuri ning arendada sotsiaalselt tolerantset atmosfääri (Zukin & Braslow, 2011).

Linnauuenduse probleemid on seotud gentrifikatsiooni potentsiaalsete negatiivsete külgedega (Martínez, 2017). Nendeks on varasema või vaesema elanikkonna tõrjutus, alternatiivsete ja eksperimentaalsete kultuuripraktikate õõnestamine, sotsioökonomiline segregatsioon, jm (Zukin ja Braslow, 2011; Martínez, 2017).

Linnauuenduse teeb keeruliseks füüsilise keskkonna uuendamise vajaduse ja majandusliku edu ühendamine sotsiaalse jätkusuutlikkuse aspektidega, näiteks inimeste seotus kohtadega nii emotsionaalselt kui majanduslikult (Lai, Chau, & Cheung, 2018).

1.2. Linnauuendus endistel industriaalaladel

Tööstusalade taaselustamisprotsessi iseloomustavad globaalsed majanduslikud muutused, milleks on deindustrialiseerimine ja tehnoloogia areng. Tööstused Euroopas on lahkunud linnade tsentraalsetest piirkondadest ning kolinud peamiselt linnade perifeeriasse. Sellega seoses on kadunud ka vajadus suureskaalaliste tööstus-, raudtee- ja sadamainfrastruktuuride jaoks (Grimski ja Ferber, 2001). Linnauuendus tööstusaladel seisneb nii alakasutatud maadele uue funktsiooni andmises, industriaalpärandi väärtustamises, kui ka võimaliku varasema keskkonnakahju adresseerimises (Loures ja Panagopoulos, 2007). Eelneva tõttu nähakse seda sageli kui ühte linnauuenduse jätkusuutlikumat vormi (Grimski ja Ferber, 2001).

Levinud praktika on industriaalalade taaselustamist alustada halva maine parandamisega läbi ajutiste kultuuriliste sekkumiste. Suletud, alakasutatud või mahajäetud tööstusaladele inimeste tagasi toomiseks kaasatakse erinevaid loomegruppe. Näiteks on taoliselt lähenetud ja kohalikku kogukonda kaasatud linnauuendusprojektis Älvstaden i Göteborg, mis on 15 000 elanikku ja 15 000 töökohta lisav sadamaala arendus Rootsis Göteborgis (Aronson, 2014). Tegemist on avalik-era partnerlusega, milles teevad koostöödi Göteborgi linn ja erinevad arendajad. Arenduse esimestes etappides otsiti alale erinevaid ajutisi kasutusi, loodi näiteks rullisuväli, rohe- ja rannaalasid asfaltväljadele ja võimalusi purjetamiseks. Mere äärsele alale kasutuste loomiseks kaasati arhitektuuribüroo Raumlabor Berlin. Avalikkuse kaasamise nimel korraldati kõigile avatud töötubasid nii kontseptuaalse lahenduse kui füüsiliste objektide ühiseks loomiseks. Töötubadest sündis muuhulgas taaskasutatud materjalidest ühise tööga loodud avalik saun (Joonis 1), mille kasutamine on tasuta. On leitud et taoline lähenemine soosis ja julgustas avalikkuse sekkumist ja kaasa rääkimist (Uncube blog, 2015).



Joonis 1. Saun Göteborgis, Rootsis (Raumlabor)

Industriaalalade taaselistamise puhul räägitakse ka pärandiloomest ning industriaalsuse esteetikast, mis seostub loomingulisusega. Tööstusaladele omased visuaalsed tähistajad, nagu 19.-20. sajandist pärit arhitektuur, telliskivihooned, suured aknad, jm. on paljudele automaatselt loetavad kui loomemajandusega seotud (Zukin ja Braslow, 2011). Esmalt New Yorgis kirjeldatud loominguliste inimeste migreerumine piirkonnast piirkonda ning nendega koos kulgevad kinnisvaraarendused on saanud globaalseks praktikaks, kuid üheskoos floridaliku filosoofiaga narratiivseteks vahenditeks taoliste arenduste õigustamisel (Wang, 2009; Zukin ja Braslow, 2011).

Taaselustamist iseloomustab laialdane kultuuriliste sümbolite kasutamine (Wang, 2009). Tööstushooned, fassaadid, eripärased vanad seadmed defineeritakse kohaliku pärandina. Säilitamise, korrastamise ja uue kontekstiga võetakse need lahti geograafilisest ja ajaloolisest kontekstist. Xie (Xie, 2015) on kirjeldanud kuidas objektid saavad industriaalse funktsiooni asemele uue, sümbolilise kapitali esteetilise funktsiooni, ning aitavad luua alale unikaalset

territoriaalsed identiteeti globaalsel kogemuste turul. Pärandid ja kultuuri praktikaid kasutatakse seeläbi eksklusiivse kogemusliku toote loomisel. Narratiivis on olulisel kohal „jäätmete“ muutmine autentseks kunstilist väärtust omavaks objektiks (Wang, 2009).

1.3. Taaselustamine Tallinna endistel tööstusaladel

Uurides tööstusalade taaselustamise diskursiivseid praktikaid Tallinnas on leitud, et eristuvad kaks domineerivat diskursust – majandusliku arengu diskursus, kus tööstusalasid kujundatakse ümber floriidliku konkurentsi võtmes kui piirkonna edukuse ja laiemalt linna innovaatilise kasvu toimumiskohti, ja ruumilise mitmekesisuse diskursus, kus käsitletakse aspekte nagu kvaliteetne ja mitmekesine linnaruum. Taaselustamise sotsiaalseid aspekte käsitletakse episoodiliselt ja eraldiseisvat diskursust ei eksisteeri (Pastak, 2014).

Pastak (*ibid*) on leidnud, et Tallinna linnaruumi uuendamises ja tööstusalade ümberkujundamise protsessides tähendab kvaliteetsem arendus keskendumist multifunktsionaalsele keskkonnale, avaliku ruumi loomist, sotsiaalsete praktikate ja piirkonna imago arendamist. Heaks vahendiks on selle saavutamisel kultuuriga seotud ja kultuuri juhitud linnaruumi uuendamise meetoodika.

Tallinnas asuvaid tööstusalasid on püütud kultuuri poolt juhtides erinevatel viisidel taaselustada. Üheks varasemaks näiteks tööstushoone hõivamisest loomeisikute poolt Tallinnas oli Kultuuritehas Polymer, mis alustas Kristiine linnaosas, endises kummiloomade vabrikahoones, tegevust aastal 2002. Tehases tegutsesid erinevad kunstnikud, muusikud, filmitegijad, seltsid ja ettevõtted, kes investeerisid hoone korrastamisse ning korraldasid alal erinevaid üritusi ja festivale. Aastal 2014 lõpetas Polymer tegevuse kuna kinnisvarahaldurile enam üüri ei suudetud maksta (Kartau, 2014).

2003. aastal toimus ideekonkurss endise Kalinini tehase alale kultuurikvartali rajamiseks (Teder, 2004). Loomelinnak pidi esialgsete plaanide kohaselt kujunema uushoonestusega äri-

ja kontoripindadeks, kuid 2008. aasta majanduskriisi olukorras otsiti uusi ideid tühjana seisvate tööstushoonete rakendamiseks (Pastak, 2014). Telliskivi Loomelinnaku avati ametlikult aastal 2007 (Telliskivi Loomelinnak, s.a.), kuid põhiline tegevus on toimunud aastast 2009. Linnakus pakutakse erinevaid rendipindu: kortereid, ateljeesid, saale ja kaubanduspindu. Loomelinnaku kontseptsiooniga seostuvad olemasoleva taaskasutamine, paigavaimu väärtustamine, vastandumine kahtlase väärtusega kipsplaadi imagole, üürnike hoolikas valimine (Meiessaar, 2009), kultuuri ja kogukonna arendamine ja hingega linnaruum (Telliskivi Loomelinnak, s.a.). Telliskivi Loomelinnak on üks vähestest tööstusalade arendustest Tallinnas, mis brändib end läbi nõukogudeaegsete hoonete adaptiivse taaskasutamise. Telliskivi Loomelinnaku edukas ärimudel on pandud toimima ka Tartus Aparaaditehas. Loomelinnaku välialale on iseloomulik eri kasutajate sekkumise toetamine, suur avaliku kunsti hulk, materjalide taaskasutamine ja läbimõeldud graafiline stiil siltide, viitade ja muu informeeriva materjali puhul (Joonis 2).



Joonis 2. Fotod Telliskivi Loomelinnakust (Autor)

Avaliku võimu poolt on olnud juhitud mereäärse elektri-ja soojajaama muutmine Kultuurikatlaks 2000ndate alguses. Kultuurikatla taaselustamine oli esmalt kohalikul tasandil iseorganiseerumise teel tekkinud arendusprojekt. Suuremahuliselt plaaniti tehas ümber ehitada 2011. aastaks, kui Tallinn oli Euroopa Kultuuripealinn (Nelk, s.a.). Tänapäeval asuvad Kultuurikatlas pigem kallimad ja eksklusiivsemad ruumid erinevateks üritusteks. Samal ajal rajati mere äärde, läbi varasemalt suletud tööstusalade, ajutine kergliiklustee Kultuurikilomeeter. Kultuurikilomeetri ja kasutusest välja jäänud mereääre uurimisel on kirjeldatud, kuidas arendamata tööstusaladel on suur väärtus avalike aladena ning kuidas potentsiaali realiseerimine seda väärtust on vähendanud (Unt, 2009; Martínez, 2017). Anna-Liisa Unt (*ibid*) on võimaldatavuse mõistet kasutades uurinud ruumi kasutaja vajadust ruumi

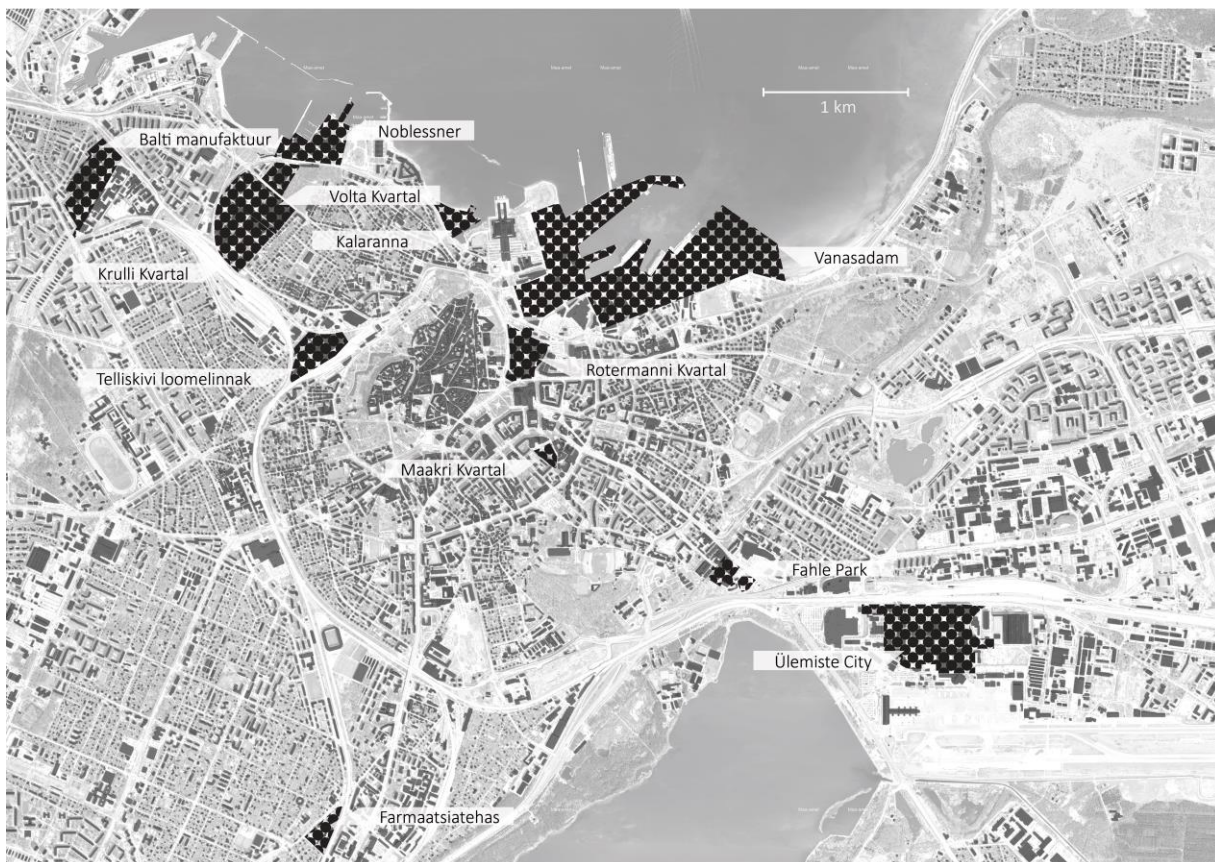
oma vajadustele kohandada ning disaineri rolli paindliku avatud programmiga ruumi kujundamisel. Mereäärsete alade arengutes nähakse ohtu aga muutuda läbi kinnisvaraarenduste avalikkusele nii füüsiliselt kui tunnetuslikult suletuks (Karro-Kalberg, 2017).

Tallinnas on mitmeid tehasehooneid konverteeritud eraarendajate initsiatiivil ka korterelamuteks ja erisugusteks äripindadeks. Taoliselt on taaselustatud näiteks Rottermanni kvartal ja Maakri kvartal. Sellistele arendustele on omane tuntud arhitektuuribüroode kaasamine, uue ja vana arhitektuuri silmapaistev kombineerimine ja mastaapsed juurdeehitused (Kuningas, 2016).

Uurides tehasehoonete konverteerimist elamuteks on leitud, et Tallinna kontekstis on konverteerimine olnud juhitud peamiselt arendusettevõtete kasumliku huvi poolt. Elamisruumid industriaalhoonetes on seotud eksklusiivse elustiili tarbimisviisi tähendustega ning hoonetes elab spetsiifilise kultuurilise huviga urbaanset elustiili hindav jõukam elanikkond (Müürsepp, 2013).

Tähendusrikas roll taaselustamisprotsessis on loomemeeskonnal, kuhu kuuluvad ka arhitektid ja maastikuarhitektid. Loomemeeskonna mõjul lisandub kultuurilist kapital, mis tõstab hoonete sümbolilist väärtust. Konverteerimisprotsessis on oluliseks hinnatud loomemeeskonna poolt loodud esteetilisi lisaväärtusi, uue funktsiooni andmist, tehasemiljöo säilitamist ja arhitektuuriliste maamärkide loomist (*ibid*).

Käesoleval hektel on tööstusalade arendamine aset leidnud ja lõpuni jõudnud mitmetel suurematel aladel näiteks Rottermanni kvartalis või Maakri kvartalis. Tulevased suurimad linnauuendus-kinnisvaraarendus alad asuvad Tallinna lahe läheduses (Joonis 3). Merest kaugemal arendatakse näiteks Ülemiste Cityt ja Fahle parki.



Joonis 3. Kinnisvaraarendusi Tallinna endistel tööstusaladel (Autori koostatud)

Eesti kontekstis arvestatakse linnaruumi kujundamisel ja hoonete ehitamisel planeerimisseaduse ja ehitusseadusega, mis reguleerivad ka maakasutuse muutmist ning hoonete rekonstrueerimise protsessi. Muinsuskaitseadus reguleerib kinnismälestisteks liigitatud ehitisi, paiku, parke jm. Tööstuspärandi säilitamist, restaureerimist või rekonstrueerimist reguleeritakse nii miljööväärtuslike alade kehtestamisega, riikliku kaitse alla võtmisega (Kuningas, 2016) kui ka detailplaneeringutes sätestatud nõuetega.

Pärand peegeldab parasjagu ühiskonnas oluliseks peetavat. Pärandil endal ei ole seesmist väärtust, vaid sellele omistavad väärtuse need, kes pärandit vaatavad, kogevad ja selle olulisust tunnetavad. Ruumiobjektist luuakse pärand sellele tähelepanu pöörates, näiteks võetakse see kaitse alla või seostatakse ideoloogiliselt laetud narratiividega (Kaljulandi ja Sooväli-Sepping, 2014).

Tööstuspärand kujutab pärandi normatiivses kontekstis kultuuripärandit, mis tähistab materiaalseid või vaimseid objekte või kooslusi, mis on oma tõendusliku väärtuse ja ajaloolise mälu tõttu omaks võetud või pärvinud kollektiivse tunnustuse, ning mis väärivad kaitset, säilitamist ja edendamist (Desvallées ja Mairesse, 2010). Eestis peetakse tööstuspärandi puhul väärtuslikuks enamasti 20. sajandi algusest säilinud hooneid ja struktuure ning vähem väärtuslikuks nõukogudeaegset tööstusarhitektuuri, ehkki viimastel aastatel on see muutumas (Müürsepp, 2013; Kaljulandi ja Sooväli-Sepping, 2014).

Tööstuspärandi puhul ei peeta restaureerimist või täielikku säilitamist üldiselt parimaks lähenemiseks (Wang, 2009). Tallinna kontekstis on ajaloolist arhitektuuri sageli kombineeritud suuremahuliste kaasaegsete mahtudega näiteks domineerivate kõrghoonetega. Henry Kuningas (2016) on seda seostanud tööstusalade suure mastaabiga ja kinnisvaraarendajate kasumliku huviga. Tööstuspärandit säilitades peetakse positiivseks mitte ainult fassaadide, vaid ka hoonega seostuvate detailide, näiteks metallist estakaadide või kolude säilitamist (Kuningas, 2016).

1.4. Kohtade identiteet

Maastikuarhitektuur on peamiselt praktiline valdkond ning ka erialane teooria on tüüpiliselt praktikast tulenev ja praktikale suunatud (Brink *et al.*, 2017). Maastikuarhitektuurne vaatepunkt lähtub teadmisest, et ühiskonnana oleme põhjustanud oma keskkonna halvenemise, ja et maastikuarhitektidena tuleb meil sellele reageerida (Hung, s.a.; Schwartz, 2013). Loomult multidistsiplinaarne ning nagu maastikul, puuduvad ka erialal kindlad piirid. Tegeledes füüsilise ruumiga lahendatakse infrastruktuurilisi, sotsiopolitilisi, majanduslikke ja keskkonnateemalisi küsimusi (Hung, s.a.). Veelgi enam, selleks et füüsilist ruumi edukalt kujundada tuleb mõista kuidas spetsiifiline maastik on mõjutatud ja kujundatud lõpmatust hulgast muutujatest nagu lõpp kasutajast, ala ümbritsevast poliitikast, majanduslikust maastikust ja ka ümbritseva ruumi sotsiaalsest ja kultuurilisest struktuurist (Schwartz, 2013).

Ruum, mis on kujunenud inimtegevuse mõjul, pärib kogukondade väärtusi, uskumusi ja sümbolilisi tähendusi. Maastik muutub koos kogukondade, elustiilide ja majanduslike muutustega. Nii on ka urbaanset maastiku ennast nähtud kui füüsilist peegeldust linnalikust identiteedist (Kaymaz, 2013) või kogumit erinevatest materialiseerunud diskursustest (Schein, 1997). Maastikuarhitektidele on oluline näha ruumi tähendusi ja tegeleda maastiku kui füüsilise reaalsusega aga samas ka kui kontseptuaalse ja kunstliku konstruktsiooniga (Makhzoumi, 2002). Maastikuarhitekti roll on olla erinevate huvide vahendajaks, sünteesides erinevatest eesmärkidest funktsionaalset tervikut. Nii nagu ükski paik ei ole tühi leht, ei lähene ka maastikuarhitekt projektile tühja teadvusega. Projekti enda kontekst, disaineri taust kui ka kliendi probleemipüstitus raamivad projekti algusest peale, suunates disainiprotsessi igat osa, nii uurimise, analüüsi kui disaini, ja selle kõige representeerimist (Kjerrgren, 2015).

Idealis peetakse disainides silmas jätkusuutlikkuse kolme alustala, mille tulemusel tekkivad paigad on elujõulised nii majanduslikult, sotsiaalselt kui ka ökoloogiliselt. Maastikuarhitekt Martha Schwartz (2013) on toonitanud kuidas linnade jätkusuutlikkus seisneb muuhulgas ka hinnatud ja tähenduslikus avaliku ruumi disainis: „me peame disainima kohti, millega inimestel on võimalik end emotsionaalselt seostada, luues kohataju, mälu ja identiteeti“, kuna „me kipume unustama, et ka jätkusuutlikkus ise on kultuuriline arusaam ning see, kas me midagi hooldame ja hindame, sõltub väärtusest, mida millelegi omistame“. See tähendab, et eesmärgiga luua jätkusuutlikku ruumi, tegeletakse ka maastike tajutava osa väärtustega, kohtade mäluväärtuste ja identiteediga (Brink *et al.*, 2017; Nutt, 2017). Maastikuarhitektid nii uurivad kui ka loovad ruumi tajutavaid omadusi.

Üheks keskseks terminiks ruumiloome tajutavamate omaduste mõistmisel on „koht“. Kohtadega seonduvas teoorias leiavad käsitlust mitmed aspektid, mis kujundavad nii kohtade füüsilist kui tajutavat reaalsust. Koha teooriaid maastikuarhitektuursest vaatepunktist on põhjalikult käsitlenud Lovisa Kjerrgren oma 2015. aastal kaitstud magistritöös „Lost in Place: On Place Theory and Landscape Architecture“, kus ta uuris „koha“ kontseptsiooni läbi maastikuarhitektuurse diskursuse.

Eestis on kohtade tajutavaid aspekte uuritud näiteks Raadi kui vaimselt reostunud koha näitel (Bachmann, 2006). Vaimne reostus on üks osa koha identiteedist, mis on seotud aeg-ruumis negatiivselt tajutud sündmuste ja protsessidega. Bachmann näitlikustas kuidas vaimne reostus on üks võimalik indikaator koha hindamisel ning kuidas seda on võimalik kasutada olevikustruktuuride arengu huvides.

Veel on kohti vaadelnud eri autorid keskkonnaesthetika vaatevinklist seminaridesarjas ja Eesti Kunstiakadeemia poolt publitseeritud kogumikes „Koht ja Paik“. Maastikke tajutavat osa, mälu ja pärandit on mitmed eri taustaga autorid uurinud Linda Kaljulandi ja Helen-Sooväli Seppingu toimetatud kogumikus „Maastik ja mälu, Pärandilooma arengujooni Eestis“. Kogumikus on kirjeldatud kuidas maastiku, ruumi või rajatise kujunemisel mälupaigaks mängivad võtmerolli erinevad kultuurilised meediumid, representatsioonid ja praktikad. Nende kaudu ja koosmõjul toimub nii maastikule tähenduse omistamine, levitamine, käigushoidmine ja teisendamine. Maastikuliste mälupaikade loomisel mängib suurt rolli nende taasesitamine kultuurimälu eri (performatiivsetes, tekstilistes või monumentaalsetes) meediumites, kus iga taasesitus toob kaasa tähendusniheid ja uusi tõlgendusi (Kaljulandi & Sooväli-Sepping, 2014).

Peaasjalikult on kohtade teooria kuulunud geograafia ja inimgeograafia valdkonda, kujunedes esmalt reaktsioonina modernismi vaimus kujundatud arhitektuurile ja linnaplaneerimisele. (Relph, 2016). Samast ajast sai alguse ka tänapäevane diskursus pärandi ja konteksti teemadel (Kahn ja Burns, 2005). Järgnevalt on antud ülevaade maastikuarhitektuurile relevantsetest suundadest (Kjerrgren, 2015) kohtade teoreetilistes käsitlustes eesmärgiga mõista eri lähenemisi maastike tajumisel.

Arhitektuursest lähtepunktist populariseeris idee kohtade tajutavast osast kui millestki, millega disainis arvestada esmalt arhitektuuriprofessor Christian Norberg-Schulz oma teosega „Genius Loci – Towards a Phenomenology of Architecture“ (Sephton, 2011, lk 19). Norberg-Schulz tõi arhitektuuri diskursusesse uuesti idee *genius loci*. Oma fenomenoloogilises lähenemises kirjeldas ta kohti, kui maailmas olemise viisi, millele on rajatud meie eksistents, ruumi mõistmine, selles tee leidmine ja harmooniline püsimine (Jivén ja Larkham, 2003).

Rooma usundis oli *genius loci* paikkonna või maakoha hing või kaitsevaim, mis oli nii inimestel, majadel, linnadel kui riikidel. Kontseptsiooni *genius loci*-st või paiga vaimust (Nurme ja Nutt, 2012) maastikukujunduse kontekstis kirjeldas esimesena inglise poeet Alexander Pope oma 1731. aastal avaldatud teoses „Epistle to the Right Honourable Richard Earl of Burlington ...“, kus ta kirjutas:

*Consult the genius of the place in all;
That tells the waters or to rise, or fall;
Or helps th' ambitious hill the heav'ns to scale,
Or scoops in circling theatres the vale;
Calls in the country, catches opening glades,
Joins willing woods, and varies shades from shades,
Now breaks, or now directs, th' intending lines;
Paints as you plant, and, as you work, designs.*

Poeemis tähistas paiga vaimuga konsulteerimine loodusliku konteksti arvestamist maastiku kujundamisel ning see iseloomustas üleüldist maitse muutust 17. sajandi lõpus ja 18. sajandi alguses kui maastikustiil hakkas asendama Euroopa aiakujunduses seni valitsenud regulaarset barokk-stiili (Kindermann *et al.*, 2016). *Genius loci* idee ülistas looduse „loomulikku“ ilu ja selle autentset kogemist, mis väljendus inglise pargistiilis teede, veekogude ja haljastuse korrapäratutes vormides ja aia ja maastiku ühendamises.

Norberg-Schulz kirjeldas *genius loci* abil kohtade loomulikku olemust, mida disainer oma tööga esile pidi tooma (Kindermann *et al.*, 2016). Loomulikku olemust võis leida uurides kohaliku paiga „essentsi“ läbi kliima, looduslike olude, materjalide, karakteri (Jivén ja Larkham, 2003); seda eelkõige enne inimeste sekkumist maastikku. Fenomenoloogiline lähenemine tähendas, et koha tajumises oli põhiline selle otsene kogemine läbi meelte.

Taolist teoreetilist lähenemist on hiljem palju kritiseeritud, kuid termin koha vaim või *genius loci* püsib endiselt maastikuarhitektuurses diskursuses. Arusaam tähendusest, kui millestki mis on eelnevalt füüsilises ruumis eksisteeriv ning eksperdi poolt leitav ja konkretiseeritav, ei ole ajale vastu pidanud. Lähenemist on kritiseeritud kui reduktsionistlikku ja sotsiaalset reaalsust

ignoreerivat (Dovey, 2009). Seda on nähtud kui meetodit, mille kaudu on võimalik kriitikat vältides meelevaldselt ruumi ja selle tähendusi fikseerida ja piiritleda (Ingold, 2011).

Norberg-Schulzi lähenemisega paralleelselt kujunes ka teooria kohast kui kogemuslikust fenomenist. Teooria kujunemise eelduseks oli modernismi kujundatud suurenenud fookus ruumile geograafias ja inimgeograafia eriala tekkimine (Relph, 2016). Teedrajavateks autoriteks olid Yi-Fu Tuan oma 1977. aasta teosega „Space and Place: Humanistic Perspective“ ja Edward Relph 1976. aastal avaldatud teosega „Place and Placelessness“ (Seamon ja Sowers, 2008). Inimgeograafide fookus nihkus ruumi essentsi küsimustelt ruumi tähendustele inimeste ja gruppide jaoks. Lähtuti fenomenoloogilisest maailmavaatest, nähes inimeste- ja gruppide vahelisi erinevusi ja erinevad perspektiive olulistena kohtade kogemisel ning mõistmisel.

Kohtade kui kogemuslike fenomenide paradigmas nähakse neid kui abstraktses ruumis asuvaid tähenduslikke üksusi, mis funktsioneerivad inimeksistentsi kesksete punktidenä ning annavad inimestele nende identiteedi. Kohti vaadeldi kui segu inimeste ja looduse loodud korrast. Relph näiteks defineeris kohti läbi kolme teguri, milleks olid füüsiline taust, sotsiaalsed tegevused, mis ruumis aset leiavad ning subjektiivsed tähendused ja seosed, mida kohtadele omistatakse (Relph, 1976).

Paradigma kohaselt kujuneb kohtade tähendus läbi inimeste kogemuste ja kavatsuste ja erineb seega inimesest inimesele ja erinevate gruppide jaoks. Kohtade identiteet sõltub suures osas erinevate indiviidide kohale omistatavast identiteedist, millest tuleneb et ühel kohal on palju identiteete. Kohad on justkui inimeste ja gruppide füüsiline mälu . Siinjuures aga tuleb ka arvestada, et mitte kunagi ei leia kõikide inimeste narratiivid füüsilist esindatust, osade inimeste või gruppide retoorika leiab koha teiste arvelt (Kjerrgren, 2015).

Kuna kohtade käsitlemine kogemuslikena tähendab, et üheaegselt on kohad iga indiviidi jaoks erinevad, tuleneb ka et planeerimis- ja disainimisprotsessid on alati poliitilised ja kontekstuaalsed. Kohaloome tõeliselt hinnatud avaliku ruumi jaoks on aga võimalik vaid siis, kui see on pärit, ja seda edendatakse, rohujuurtest. Selle paradigma järgi on oluline seada esikohale avalik huvi, sotsiaalsed protsessid ja kogemuslikud väärtused (*ibid*).

Esimest kahte paradigmat iseloomustab sarnane nägemus kohtadest kui eksistentsialistlikult tähenduslikest ja ruumis piiritletutest. Neid on kritiseeritud kui introvertseid, nostalgilisi (Relph, 2016) ja reaktsioonilisi vaateid, kus ei arvestata piisaval määral globaalse maailma ja selle elanike sotsiaalsete reaalsustega (Hoyler, 1999).

20. sajandi lõpust, kui pikalt püsinud ideid tühjast ja absoluutsest ruumist, mida täidavad materiaalsed objektid ja sündmused, hakati ümber mõtestama, pärinevad ideed kohtadest kui relatsioonilistest. Kui inimgeograafid uurisid ruumi kogemise viise, siis relatsioonilise paradigma puhul eemaldutakse fenomenoloogilisest vaatepunktist ja oluliseks saab ruumi mõistmine – miks on kohad sellised nagu nad on (Kjerrgren, 2015).

Relatsioonilist, sotsiaalselt tingitud ruumi on kirjeldanud näiteks filosoof Henri Lefebvre oma 1974. aastal ilmunud ja 1991. aastal inglise keelde tõlgitud teoses „La Production de l'Espace“ (Ruumi tootmine). Lefebvre kirjeldab ruumitriaadi, kus üksteisest eristuvad ruumipraktika, ruumi representatsioonid ja representeeritud ruumid või ka tajutavad, kujutavad ja elatud ruumidimensioonid. Dialektiline mõtlemine viitab arusaamale, et sotsiaalset reaalsust iseloomustavad vasturääkivused ning et seda on võimalik mõista vastuolusid uurides (Goonewardena *et al.*, 2008).

Kui Lefebvre (1991) kirjeldatud ruumipraktikad ehk tajutavad ruumid kujutavad endast igapäevalu- ja töö poolt toodetavat ja taastoodetavat linnaliku ruumi, siis ruumi representatsioonid või kujutav ruum kirjeldab planeerijate, arhitektide ja teiste spetsialistide toodetavaid ruumi representatsioone. Siia kuuluvad näiteks kaardid, planeeringud, projektid ja arengukavad. Lefebvre nägemuses toodavad seda ruumi eelkõige ideoloogia, võim ja spetsiifiline teadmine. Spetsialistide diskursus on orienteeritud ruumi hindamisele, kvantifitseerimisele ja administreerimisele, toetades ja õiguspärastades võimu ja kapitali opereerimist (Goonewardena *et al.*, 2008). Kuigi abstraktne ruum mõjutab realiseerides kõiki inimesi, osaleb selle tootmises reeglina vaid valitud inimesed. Representeeritud ehk elatud ruumid, mis on triaadi kolmas osa, kirjeldavad nii kogemusruumi kui kodeeritud, ainult osalejatele mõistetavat ruumi. See ruum kehastab ka vastuhaku võimalust abstraktse ruumi hegemooniale ja alternatiivseid ruumipraktikaid ruumi tagasivõitmiseks (Lefebvre, 1991).

Maastikuarhitektid opereerivad kahtlemata kõigis kirjeldatud ruumides, kuid Lefebvre (1991) kirjeldatud ruumitriaad rõhutab nende positsiooni privilegeritust.

Ruumi relatsioonilisust on uurinud feministlik geograaf Doreen Massey, kes on koha kontseptsiooni kasutanud uurimaks protsesse, mis kohti moodustavad (Hoyler, 1999; Massey, 2002). Kohtade nägemine relatsioonilisena seisneb ruumi ja koha duaalsuse ümber mõtestamises. Kohti nähakse kui teatud kokkusaamispunkte kõikide võimalike suhete võrgustikus (Ingold, 2011). Ruumi ja kohta ei nähta enam opositsiooniliselt, kuna kohti ei kujutleta piiritletuna vaid teiste kohtadega seotuna. Samal viisil seostuvad üksteisega lokaalsus ja globaalsus (Massey, 2002).

Ka aega kujutatakse ruumile olemuslikuna. Kohti võib käsitleda kui ruumilis-ajalisi sündmusi, kus iga niit suhete võrgustikus on kirjeldatav ruumilis-ajaliselt, millest järeldub kohtade pidev muutumine. Kohtade tähendus seega on samuti kirjeldatav relatsiooniliselt tingitud sotsiaalse konstruktsioonina. Kohtadel ei saa olla sügavamat essentsi või tähendust kui suhete koosmõju ning nende mõistmine konkreetsetel hetkel. Kohtade kujutamine relatsioonilistena on olulisel määral seotud ka identiteedi relatsioonilise mõistmisega (Massey, 2004), kus inimeste identiteet koosneb ja kujuneb olulisel määral, interaktsioonidest ümbritseva maailmaga. Massey on identiteetide konkretiseerumist näitlikustanud kui esituste kordusi (Hoyler, 1999). Kõiki identiteete pole võimalik esitada kuna esitustel on eeleksisteerivad piirangud, mis on osaliselt konstrueeritud eelnevate kogemuste, reaalsete võimaluste, võimaldatuste ja võimatuste poolt. On identiteete, mida pole võimalik omada, identiteete mida esitatakse, kuid millesse ei usuta ja identiteete mida surutakse alla. Kohtade identiteedid on mitmekordsed ja nende karakter tuleneb ühendustest ning koostoimetest (Dovey, 2009).

Arusaam ruumist kui relatsioonilisest seisneb kujutluses maailmast kui sotsiaalsete suhete ja globaalse majanduse ning selle poolt mõjutatud võimusuhte poolt lokaalselt toodetust (Massey, 2002). Läbi taolise vaatepunkti on võimalik vaadelda samal ajal eksisteerivaid erinevaid aeg-ruume (Hoyler, 1999). Näiteks on pankuri, kes liigub mööda rahvusvahelist kontaktide võrgustikku, aeg-ruum erinev kerjuse, kelle ühendused on küla ja maapiirkonnaga, omast. Teatud mõttes artikuleerib linn need erinevad aeg-ruumid, mistõttu on meil võimalik

rääkida ruumilisest ebavõrdsusest. Linnad kehastavad keerukusest tulenevaid pingeid, mis on linna intensiivsuse vältimatu toode. Suhete kompleksus võib viia sallimatuseni, vägivalle ja eraldatud gruppideni. Massey jaoks on oluline püstitada küsimus: kelle jaoks eksisteerib kuskil kord või kelle jaoks vägivald? Pingete üle on oluline arutleda ilma neid heaks või halvaks klassifitseerimata. Relatsioonilises maailmas on relevantsemad „parem“ ja „halvem“ ning täpsustus „kellele?“ (*ibid*).

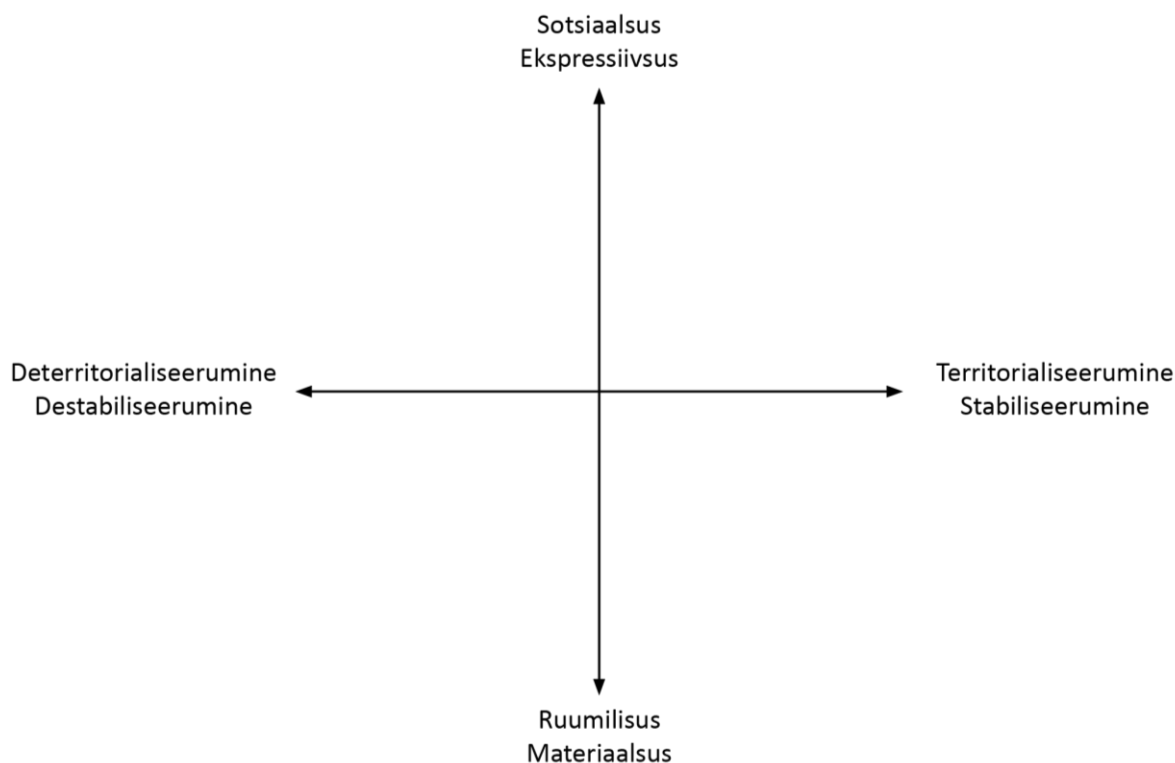
Arusaama ruumist ja kohtadest kui relatsioonilistest on disaini diskursuses edasi arendanud näiteks Andrea Kahn ja Carol J. Burns arutledes ruumidisainis „kohta“ enamasti asendava „ala“ üle (Kahn ja Burns, 2005). Analoogselt Massey relatsioonilisele kontseptsioonile, soovivad Kahn & Burns ala piiritlemise asemel näha seda eksisteerimas mitmeskaaliselt ja operatsioonilistes suhetes teiste aladega. Oma 2005. aastal avaldatud teoses „Site Matters“, on nad arendanud terminoloogiat taoliseks mõistmiseks. Alade kirjeldamisel eristavad nad erinevaid väljasid: kontrollitav väli, mõju- ja toimeväli. Kontrollitav väli on enamasti ala kirjeldatuna krundipiiride poolt. Mõjuväli kirjeldab jõude, mis mõjutavad ala, ilma et need oleksid ise ala poolt piiritletud. Toimeväli hõlmab alasid, mida disain mõjutab. Robert Beauregard on samas kogumikus kirjutanud, et kõik alad eksisteerivad enne linnaplaneerimise- ja disaini objektideks muutumist esmalt kohtadena. Disaineri sekkumine või planeerimine ei saa tema sõnul toimida ilma, et ala ei oleks paigutatud professionaalsesse diskursusesse alana ja läbi selle puhastatud sotsiaalsetest narratiividest, näitlikustades seega tajutava ja elatud ruumi eraldamist ruumi kujutistest.

Koht kui relatsiooniline konstruktsioon on disaini mõistes hoomamiseks materiaalsest maailmast kaugenev, toetudes suuresti sotsiaalsete konstruktsioonide uurimisele (Kjerrgren, 2015). Kohti arhitektuuripraktikast lähtuvalt, materiaalselt ruumi relatsioonilisele lähenemisele lisades, on uurinud arhitektuuri- ja linnaruumi disaini professor Kim Dovey. Dovey on adapteerinud postmodernistlike filosoofide Gilles Deleuze ja Félix Guattari osiste kogumi teooria (*assemblage theory*), eesti keeles ka assamblaažiteooria (Rünkla, 2016), arendatuna edasi Manuel DeLanda poolt, ning samuti ka väljade ja habituse (*habitus*) kontseptsiooni, Pierre Bourdieu mõistes (Kjerrgren, 2015).

Assamblaažiteooria kirjeldab teoreetilisi tööriistu mille läbi on võimalik kohti analüüsida (Kjerrgren, 2015). Üldises mõttes on assamblaaž tervik, mille omadused ilmnevad selle osade vastastikmõjudest. Iga assamblaaži elemendid, olgu nad materiaalsed või immateriaalsed, on seotud läbi väliste suhete. See tähendab, et nad ei ole defineeritud oma funktsiooni poolest tervikule, ühtlasi pole nende sisesed suhted vastastikused või tervikule vajalikud, vaid lihtsalt sellega kaasnevad. Kuna osad ei ole kunagi vastastikkuses sõltuvuses ja sujuvalt tervikuks sulatatud, on neid võimalik identiteeti kaotamata kogumist eemaldada (Dovey, 2009).

Kõiki kohti on võimalik kirjeldada kui assamblaaže. Assamblaažid koosnevad teistest assamblaažidest, mis koosnevad omakorda assamblaažidest jne (DeLanda, 2006). Kogumi komponendid võivad olla nii elus kui elutud materiaalsed objektid, kui ka sotsiaalsed praktikad. Iga komponent võib sõltuvalt koostõimudest teiste komponentidega erinevalt funktsioneerida ja oma võimalusi teostada (Dovey, 2009). Tahe on oluliseks väljendiks kirjeldamiseks võimu ja muutumist. Kui tahted saavad kodeeritud ja organiseeritud, muutuvad need identiteetideks, organismideks, asjadeks – assamblaažideks (DeLanda, 2006).

Assamblaažidel on kaks põhilist dimensiooni (Joonis 4). Esimene defineerib rolle, mida komponendid võivad mängida kirjeldades materiaalsust ühest küljest ning väljendust teisest. Dovey rõhutab et tegu ei ole vastandumisega – kogumid on alati nii materiaalsed kui ekspressiivsed. Teine dimensioon on territoriaalsus-deterritoriaalsus (inglise keeles *territorialization-deterritorialization*), mis vahendab seda mil määral kogumit stabiliseeritakse või just destabiliseeritakse. Kuna territooriumeid kirjeldatakse läbi materiaalsete ja ekspressiivsete omaduste, lõikub see dimensioon mateerialsuse-ekspressiivsuse teljega.



Joonis 4. Assamblaaži väljad (Autori koostatud)

Materiaalsuse-ekspressiivsuse telg esindab kogumiku analüütilist osa. Materiaalseteks komponentideks võivad olla füüsiline paik, aga ka kehad kes paigas viibivad. Ekspressiivsed komponendid võivad olla lingvistilised (verbaalsed vestlused, kirjutatud märgid ja sümbolid) või mitte lingvistilised (kehakeel, žestid ja sotsiaalsed poosid). Ekspressiivne osa hõlmab endas ka koode mis väljendumist valitsevad. Tähendused pole materiaalsest vormist leitavad ega sellele lisatud, vaid kogumiku ühed komponendid.

Lisaks kirjeldab Dovey (2009) binaarseid paare, nagu pehme/pingul, võrgustik/hierarhia, risoom/puu, saamas/olemas, erinevus/identiteet. Paarid kirjeldavad vastandeid, kuid on oluline täheldada, et need vastandused transformeeruvad või võldivad (*ibid*) pidevalt üksteiseks (DeLanda, 2006). Identiteeti nähakse erinevus/identiteet opositsioonis isoleerivana, piiritlevana, konfliktsena. Erinevus aga kirjeldab avatust, ühendatust ning seda nähakse jätkusuutlikumana (Dovey, 2009). Territoriaalne identiteet funktsioneerib sageli valitud inimeste tõrjuna, mille läbi on inimeste vahelisi erinevusi võimalik maskeerida kohtade

vaheliste erisustega (*ibid*). Turvalist ja sotsiaalselt jätkusuutlikku kohta iseloomustab paremini avatus, osalejate autonoomsuse respektimine, kui vastavalt eeldefineeritud identiteedile kohta assimileerimine (Hoyler, 1999).

Identiteedi produtseerimisel ja säilitamisel osaleb protsess, mida on nimetatakse kodeerimiseks ja dekodeerimiseks. Kodeerimine seostub sümboolse kapitali ja assambleaažide ekspressiivse dimensiooniga (Dovey, 2009). Siia alla kuulub inimeste puhul habitus, kui üks vorm sotsiaalsest koodist kogumis. Habitus kirjeldab inimese mõistuse, meele, kogemuste, eelsoodumuste ja maitse-eelistuste süsteemi. See organiseerib agendi praktikat ning kirjeldab inimese „mänguvaistu“ väljas (Bourdieu, 1994). Kodeerimise ühe vormina stabiliseerib habitus assambleaaži identiteeti, soosides teatud tegevusi ja eristab märkamatult kohta või sotsiaalgruppi kuuluvaid ja mitte kuuluvaid (Dovey, 2009).

Ehitatud maailma disainimine sisaldab mittemajanduslike kapitalide produktsiooni ja ringlust. Sotsiaalne kapital kehastub ruumis näiteks klasside eraldumisega. Sümboolne kapital ringleb läbi kohtade ja praktika väljade, selle võimsus ilmneb pigem eristajana kui kapitalina (Bourdieu, 1994). Sellest vaatepunktist maskeerivad kohad sageli võimu praktikaid; erinevusi inimeste vahel maskeeritakse kui erinevusi kohtade vahel (Dovey, 2009).

Koha taju ja koha mõjuga on kõige tugevamalt seotud intensiivsus. Dovey näeb seda kui kõige tahetumat koha omadust. Intensiivsust võib käsitleda ka kui autentsust, nagu seda on kasutanud Richard Florida (2012). See tähistab sotsiaalsuse kombineerumist ruumiga ning otseselt tahetud mõju või omadusi, mitte tähendusi (Dovey, 2009). Intensiivsus võib tähistada kohvi lõhna, valge värvi eredust päikese käes, paigas mängivat muusikat, või ilusa ja koleda kohtumist kohas. Kui intensiivsused saavad ülekodeeritud kui igapäevased kogemused, kujunevad need pealiskaudseks diskursiivseks identiteediks. Taoline kodeerimine ei loo intensiivsust, vaid konstrueerib tahet (*ibid*).

Disainerile võib assambleaažiteooria vaatepunkt olla kasulik hindamaks kohale omistatud identiteetide diskursiivsust ja materiaalsust. Selle abil on võimalik näha kuidas assambleaaže saab suunata läbi erisuguste sekkumiste. Disainisekkumisega on võimalik muuta kogumi komponente, nende võimete avaldumist või sotsiaalset kodeeritust (Kjerrgren, 2015).

Koha identiteedi silmas pidamine kohti disainides on levinud praktika tähendusliku ruumi loomiseks. Kohtade teooria võimaldab mõista väljendi erinevaid tähendusi. Koha vaimu või *genius loci* kirjeldamine ruumis tähistab koha identiteeti nii nagu seda näeb ekspert. Fenomenoloogiline lähenemine Relphi ja Tuani mõistes tähistab identiteeti nii nagu seda näevad kõik kohaga seotud. Relatsiooniline vaatepunkt rõhutab identiteeti kui globaalsete majandusprotsessidega seotud sotsiaalset konstruktsiooni. Koha disaini vaatepunktist näitab see disaineri seotust sotsiaalselt jätkusutliku ruumi kujundamisel. Assamblažiteooria võimaldab koha identiteeti näha kui üht igaveses muutumises olevat osa kohast kui kõikide selle osade kogumist ning analüüsida identiteeti ja tähendusi kui tahtega seotuid ja ruumi materiaalsuses eksisteerivaid.

1.5. Bränditud maastikud

Tähenduse kujundamine ruumis võib tähendada nii koha materiaalsuse muutmist kui ka olemasolevale tähenduse omistamist, selle tähenduse kasutamist ja teisendamist vastavalt vajadusele. Maastikuga seotud kultuurilised representatsioonid ja praktikad osalevad aktiivselt sellega seotud tähenduste kujunemisel (Kaljulandi ja Sooväli-Sepping, 2014). Territoriaalselt seostatud brände ja nendega seotud tähenduste reprodutseerimist ruumis võib näha kui üht olulist kihti koha identiteedi loomest.

Kohtade reklaamimine, turundamine ja brändimine on igapäevane osa arendusprojektide, linnade ja riikide strateegiatest neoliberaalse turumajanduse keskkonnas (Klingmann, 2006; Boisen *et al.*, 2017). Selle tulemusel saavad kohtadest kogemustepõhise majanduse kaubad (Klingmann, 2003). Maastike brändimist turismi vaatepunktist on kirjeldanud näiteks Nicole Porter oma 2015. aastal avaldatud raamatus „Landscape and Branding: The Promotion and Production of Place“. Bränditud linnaruumi ja arhitektuuri on palju uurinud arhitekt Anna Klingmann, kes 2007. aastal avaldas ka raamatu „Brandscapes: Architecture in the Experience Economy“. Klingmann kirjeldab bränditud territooriume (inglise keeles *brandscapes*), kus

ruumidisain ja arhitektuur on toodud turunduse konteksti, muutudes komplekseks kogumiks müüdist, identifitseerimisest ja mõjust (Klingmann, 2003). Klingmanni sõnul on kogemusmajanduses arhitektuuri fookus nihkunud küsimustelt „mis sellel on?“ ja „mida see teeb?“ küsimustele „mida sa tunned?“ ja „kes sa oled?“ (Stender, 2015).

Post-industriaalse ühiskonna toodete puhul on rõhk liikunud ratsionaalsuselt ihadele ning objektiivsusele subjektiivsusele. Taju paradigmade poolt juhitud, muutuvate väärtuste maailmas mängib brändimine kesket rolli. Kui I ja II maailmasõja vahelisel ajal oli idee masinast see, mis tungis läbi kultuurilise ja kommertsiaalse tootmise ja seostus metafoorselt lihtsustamise, standardiseerimise, spetsialiseerumise ja täpsuse ideedega, siis informatsiooniajastul on bränd kaasaegse tarbija väärtuste sümbol, millega seostuvad varasemast teistsugused rõhuasetused nagu eristumine, kohanduvus, kommunikatsioon ja taju (Klingmann, 2006).

Kui kohtade reklaamimine (inglise keeles *place promotion*), seisneb visuaalse identiteedi kujundamises, huvi tekitamises ja sihtgrupi laiendamises, siis kohtade turundamine (inglise keeles *place marketing*) kujutab endast kliendikesksemat lähenemist ning hõlmab lisaks reklaamikampaaniale ka füüsilise keskkonna muutmist vastavalt sihtgrupi nõudlusele. Siia alla käib näiteks lastehoiu võimaldamine perekondadele, või lihtsustatud protseduurid *start-up*idele. Kohtade brändimine (inglise keeles *place branding*) kombineerib kahte eelnevat lähenemist, kuid lisaks reklaamimisele ja füüsilise keskkonna kliendi soovidele vastavalt arendamisele, tegeletakse ka seoste võrgustikuga, mis põhineb huvigruppide arvamusel ja visuaalsel, verbaalsel ja käitumuslikul väljendusel. Brändimise puhul on olulised koha identiteet, maine, imago ja kuvand (Boisen *et al.*, 2017).

Kohabrändimisel identifitseeritakse, eraldatakse ja organiseeritakse koha identiteet eesmärgiga täita koht ja selle kuvand positiivsete seostega brändist. Identiteedi funktsioon kohabrändimise tähenduses on eristada kohta teistest, kuid ka identifitseerida, millised materiaalsed ja mittemateriaalsed elemendid kohta sobivad. Paiga kuvand, maine või imago mõjutavad seda kuidas kohta tajutakse. Tugev kuvand eksisteerib kui paljud jagavad sarnast

ideed, positiivne kuvand kui brändi seoseid tajutakse spetsiifilises territoriaalses kontekstis positiivsena. Ideaalis on identiteedi ja kuvandi vahel suur sarnasus (*ibid*).

Linnadisainile, linna brändimisele ja kohaloomele on omane eeldus, et me saame, ja et me peaksime, disainima mitte ainult füüsilist ruumi, vaid ka mittemateriaalseid, sotsiaalseid ja kultuurilisi aspekte, mis kohta moodustavad (Stender, 2015). Seda nähakse kui terviklikku tegevust, kus hallatakse nii primaarset (tegevusi kohas), sekundaarset (koha reklaamimist) kui tertsiaarset (suusõnalisi ja meedia representatsioone) kommunikatsiooni. Koha brändimise eesmärk on, kõigi kommunikatsiooni viiside kooskõla brändi väärtustega (Boisen *et al.*, 2017).

Koha bränd on olulisel määral seotud nii koha identiteediga, kui ka koha territoriaalsuse stabiliseerijana. Bränd suunab kohale antud tähendusi kuni brändist endast saab identiteet. Bränditud ruumi uurides on kirjeldatud kuidas selle kasutajad võtavad lisaks ruumile omaks ka brändi. Näiteks elamu puhul ei kolita mitte ainult hoonesse, vaid ka hoone brändi (Stender, 2015). Bränditud ruumide sisemuses garanteeritud temaatiliselt sujuv kogemus manifesteerib väliselt piiride ja perifeersete tingimustena. Sügavamal tasandil põhjustavad need sotsiaalset kahestumist - eristatakse neid kes on süsteemis sees ja kes väljaspool samuti ka neid kes reaalsuseid konstrueerib ja kes ainult osaleb (Klingmann, 2003).

Kohtade brändimisel tekivad suurema tõenäosusega pinged kui brändid on suunatud välisele kapitalirikkale turule, mitte sisemistele kultuurilistele praktikatele ja tunnetele. Tihti objektifitseeritakse ja üldistatakse kultuurilisi tähendusi liigselt (Klingmann, 2003). Kuigi eesmärk on luua globaalsel turul eristuvat sõnumit, on see paradoksaalselt viinud kasvavale inimeste ja kohtade ühtlustumiseni. Sageli ei õnnestu järskudel arendusstrateegiatel standardiseeritud vorme ja vameid kehtestades iseäralike kontekstidega tundlikke ühendusi luua. Eelistades arhitektuursete objekte loomist ulatuslikematele linnalistele sekkumistele ning lõigates nende identiteeti välja sotsiaalse võrgustiku keerukusest, on tulemuseks kopeerimise kultuur, kus imiteeritakse üksteise pakkumisi ja esteetikat (Klingmann, 2006).

Kohtade identiteedi konstrueerimine brändi mõttes on hea strateegia majandusliku aktiivsuse suurendamiseks, kogukondlikuks ühendamiseks või linnauuenduse soodustamiseks. Brändid lisavad toodetele, teenustele, kohtadele ja sündmustele sümbolilist väärtust, mis ülendab neid

suuremaks nende materiaalsest või funktsionaalsest tähendusest. Brändid sünteesivad kujundid, identiteedid ja elustiilid sidusateks üksusteks, kodeerides samal ajal laiemalt kultuurilisi väärtusi. Brändid on katalüsaatorid, mis tõstavad koha, inimese või sündmuse väärtust ja staatust (Klingmann, 2006).

Klingmann (2003) on leidnud, et bränditud ruumi potentsiaali ei ekspluateerita sageli maksimaalselt. Kui brändi väärtused on näiteks innovaatus ja keskkonnasõbralikkus, siis on suur potentsiaal nende väärtuste kohaselt suunata ka ruumi kujunemist. Brändi kujundamisel on välja toodud loomegruppide erinevaid perspektiive. Näiteks on arutletud, et kui brändi konsultant haldab brändi kui kogumit sümbolitest, siis maastiku disainer haldab maastiku elatud kogemust (Porter, 2015). Klingmann (2006) rõhutab, et arhitektuur on enam kui kuvand. Kuna arhitektuuri, vastupidiselt toodetele, iseloomustab püsiv avalik kohalolu, defineerib see meie keskkonda rohkem kui üksi teine bränd elatud igapäevase kogemusena. Seetõttu on oluline, et see oleks sotsiaalselt, majanduslikult ja ökoloogiliselt vastutustundlik ja jätkusuutlik, tundlik ja reageeriv inimeste ja kohtade eripäradele.

2. MATERJAL JA METOODIKA

2.1. Uurimismeetodid

Töös on kasutatud kvalitatiivset lähenemist. Kvalitatiivse meetodi puhul toimub uurimine keskkonna loomulikes tingimustes. Meetodi põhiseisukoht on, et inimesed konstrueerivad ise oma tegelikkuse ning seda on võimalik mõista uurides kuidas seda tehakse (Õunapuu, 2014). Meetodile on iseloomulikud väiksemad valimid, suunavad vaheleiud ja mõtete ning tundmuste analüüs (Laherand, 2008). Kvalitatiivse meetodi valimi moodustavad uuritava nähtuse kõikvõimalikud variandid või ka erisused nähtuses eneses (Õunapuu, 2014).

Antud töös on kasutatud juhtumiuuringu põhimõtet. Juhtumiuuringud on maastikuarhitektuuris laialdaselt kasutusel ja võimaldavad disainitud maastikke kompleksust vaadelda nii teoreetilisest kui praktilisest vaatepunktist (Brink *et al.*, 2017). Juhtumiuuringuga vaadeldakse sügavuti üht või mitut indiviidi, programmi, sündmust tegevust või protsessi. Juhtumeid uuritakse piiritletud ajas ja tegevustega, kogudes teatud aja jooksul üksikasjalikku informatsiooni (Creswell, 2009).

Antud töös uuritakse endiste tööstusalade taaselustamise käigus kujunevaid kohti ja identiteedi loomet neil aladel. Selleks et mõista kuidas kohaidentiteet alade kujunemist mõjutab, tuleb esmalt mõista kohtade identiteeti. Kohateooria annab selleks mitmeid viise. Näiteks on võimalik uurida koha vaimu või kohaga seotud inimeste arvamusi. Antud töös on lähtutud koha identiteedi nägemisest kui sotsiaalsest konstruktsioonist, mis on kirjeldatav koha kujunemist mõjutava ühe osana kohast kui tervikust. Sellest tulenevalt uuriti arendajate ja maastikuarhitektide, kui ruumilisi muutusi juhtivate ekspertide seisukohti.

Antud töö valimi moodustavad taaselustamise protsessi läbivad piirkonnad Tallinnas – Volta kvartal ja Ülemiste City. Valimi kriteeriumiteks oli aktiivne arendustegevus, avaliku ruumi

osakaal ja võimalus intervjuuerida nii ala arendajaid kui maastikuarhitekte. Lõplik valik oli seotud ekspertide nõusolekuga uuringus osaleda.

Mõistmaks aladega seotud kohabrände analüüsi erinevat diskursiivset materjali, nagu kohtade kodulehti, kohtade representatsiooni meedias, jm. Brändi tähistajate analüüsimiseks avalikus ruumis külastati kohti ning dokumenteeriti nähtu märkmete ja fotode abil. Töös esitatud fotod on jäädvustatud 13..05.2018.

Uurimaks arendajate ja maastikuarhitektide perspektiivi viidi läbi neli individuaalset poolstruktureeritud ekspertintervjuud (LISA 1). Intervjueeritavateks olid: (1) arhitekti taustaga projektijuht Volta kvartali arendusprojekti; (2) Ülemiste City arendaja ja Mainor Ülemiste juhatuse liige, (3) maastikuarhitekt, kes osales Volta kvartali väliala lahenduse välja töötamisel ning (4) maastikuarhitekt, kes osales Ülemiste City väliala lahenduse välja töötamisel. Töös on Volta kvartaliga seotud intervjueeritud tähistatud kui arendaja 1 ja maastikuarhitekt 1. Ülemiste Cityga seotud intervjueeritud on tähistatud kui arendaja 2 ja maastikuarhitekt 2. Intervjuud viidi läbi sisetingimustes ettevõtete kontorites ja ühel juhul (1) kohvikus vahemikus 26.03.2018–30.03.2018. Intervjuud kestsid keskmiselt 50 minutit.

Kõik intervjuud lindistati ning transkribeeriti analüüsi eeltööna. Intervjuude analüüsil uuriti eraldi kohtadega seonduvat retoorikat arendus- ja maastikuarhitektuurses praktikas. Kohtadega seonduvat analüüsi grupeerides vastuseid vastavalt kohtadele.

2.2. Uuritavad juhtumid

2.2.1. Volta kvartal

Volta kvartal on kahe eraarendaja koostöös arendatav elamu- ja ärikvartal Põhja-Tallinna linnaosas, Kalamaja asumis, Tööstuse ja Volta tänava ning Balti jaama Kalasadamaga ühendava raudteeharu vahelisel alal (Joonis 5). Varasemalt asus alal Volta masinatehas, kus toodeti eri aegadel erinevaid tooteid alates elektrigeneraatoritest kuni vahvlimasinateni.

Tehase ruumiline ajalugu on seotud raudtee haru rajamisega 19. saj lõpus, mis ühendas raudteevõrku mereäärsed tööstusalad. Volta tehase ajalugu sai alguse 1899. aastal, kui kinnitati AS Volta põhikiri. Tootmishooned püstitati aastaga ja tehas alustas tööd juba 1900. aastal. 1940. aastal tehas natsionaliseeriti ning tootmistegevus jätkus kuni Nõukogude Liidu lagunemiseni ja tehase erastamiseni. Erastamine toimus aastal 1994 ning selle järgselt jätkus eri tööstus- ja ärifunktsioonide arendamine (OÜ Volta, s.a.).



Joonis 5. Skeem Volta kvartalist (Maa-amet, väljavõte 20.04.18)

2006. aastal algas Tööstuse tn 47a hoone rekonstrueerimine, mis valmis 2008. aastal ja nimetati Volta majaks (Kodres, 2008). Samal ajal renoveeriti Tallinnas ka mitmeid teisi üksikuid tööstushooneid, nagu näiteks Fahle maja (Tooming, 2006) või hooned Lutheri kvartalis. Tööstuse 47a hoone pärines nõukogude ajast ning selle fassaadi ei hinnatud kuigi väärtuslikuks esteetiliselt või ajalooliselt mõttes. Arhitekt Priit Ehala kirjeldas lahenduse kujunemist nii: „Välisilme kujundamisel kaalusime, kas jätkata olemasolevat 1960-ndate tööstusarhitektuuri

joont ja rõhutada fassaadi pikkust või tuua sisse täiesti uus rütm. Valisime teise variandi. Valgete krohvipindade ja tumeda klaasi vaheldumine tekitab vonkleva sinusoidi meenutava liikumise“ (Kodres, 2008).

2007. aastal viidi ala arendamiseks läbi viie osalejaga kinnine arhitektuurikonkurss. Konkurssi võitis Soome arhitektuurbüroo AW2 (Joonis 6). Eesmärk oli seni kinnisest kvartalist kujundada suur avatud linnaosa, kus oleks leitud ka viise vanade industriaalhoonete säilitamiseks. Alale nähti ette kortermaju, äripindu ja büroosid, kaubanduskeskus ja hotell, lasteaid, parkimismajad ja kvartalit läbiv roheala (Oja, 2007).



Joonis 6. Illustreeriv joonis AW2 võidutööst (AW2)

Volta kvartali arendajateks on Volta OÜ ja Endover KVB OÜ. Endover arendab edela-loode suunas alast umbes poolt ning Volta ülejäänut. Endoveri tegevusel on tänaseks päevaks rekonstrueeritud üks Tööstuse tänava äärne hoone ning ehituses hoone nimetusega Volta loftid. Ala väliruumile on lahendust koostanud maastikuarhitektuurbüroo Tajuruum OÜ. Võidutööst lähtuvalt on alale koostatud detailplaneering (Joonis 7), mis on töö kirjutamise ajal kehtestamisel.

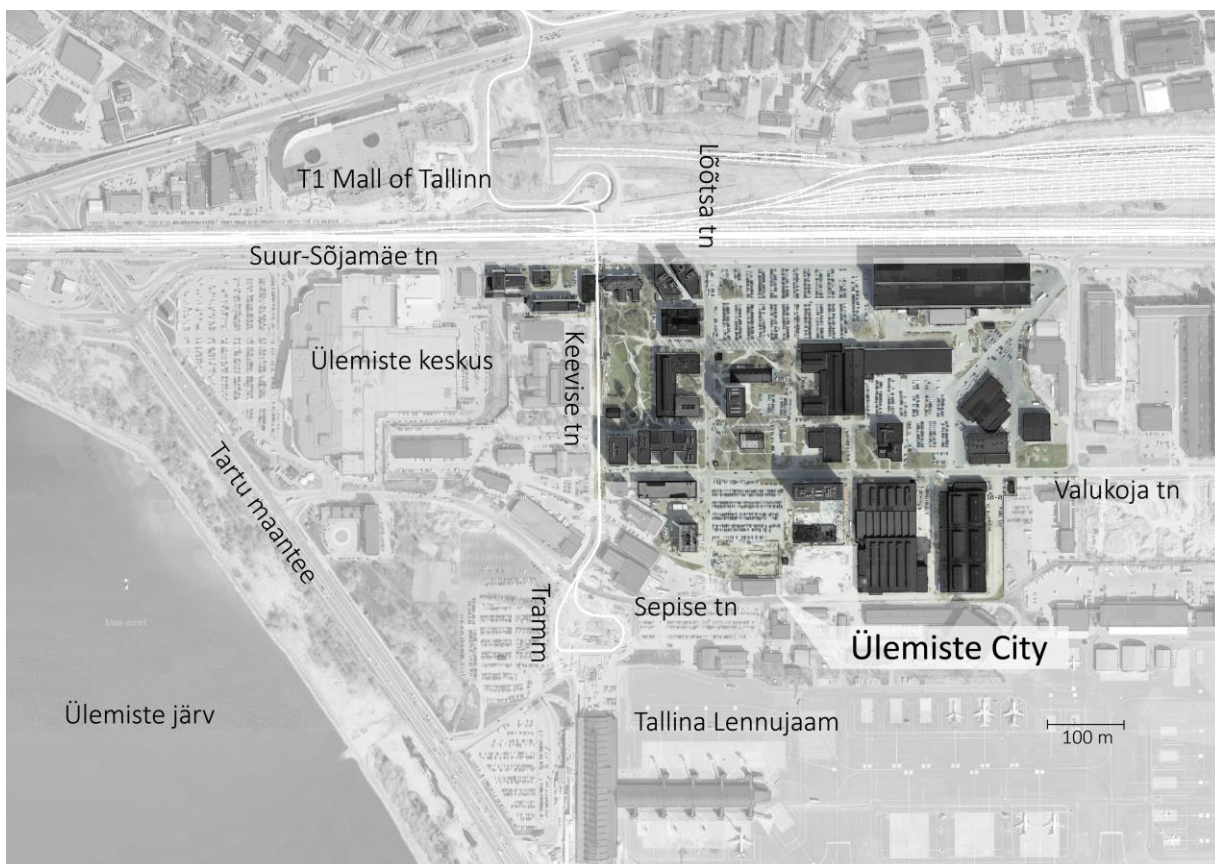


Joonis 7. Väljavõte Volta kvartali detailplaneeringu Põhijoonisest (Tallinna Linnaplaneerimise Amet)

Detailplaneeringu kohaselt lisandub kvartalisse eri tüüpi multifunktsionaalseid hooneid, kus on kokku ligi 800 korterit, 60-kohaline lasteaed, 1 maksimaalselt 14-korruseline äri-ja eluhoone ja teine sarnane ärihoone, passaaži tüüpi kaupluse või automuuseumi hoone ja parkimishoone (Tallinna Linnaplaneerimise Amet ja ConArte OÜ, 2018).

2.2.2. Ülemiste City

Ülemiste City on ärilinnak Lasnamäe linnaosas Ülemiste asumis, mis asub endise Dvigateli tehase aladel. Linnakut piiravad Tartu maantee, Suur-Sõjamäe, Sepise, Sepapaja ja Ääsi tänavad (Joonis 8). Linnakust põhjas asub raudtee, lõunas Tallinna lennujaam ning läänes Ülemiste järv.



Joonis 8. Skeem Ülemiste City paiknemisest (Maa-amet, väljavõte 20.04.18)

Varasemalt Ülemiste City asemel asunud Dvigateli vagunitehase asukohaks valiti Lasnamäe paepealne tänu läheduses asuvatele Tallinna-Peterburi raudteele, vana Tartu postimaanteele, Ülemiste järvele ning ka rikkalikele paekivivarudele. Ettevõttele määratud 116 hektariline ala ümbritseti ligi nelja kilomeetri pikkuse ja kolme meetri kõrguse kivimüüri ja tehasehooned püstitati vaid aastaga (Kruut, 2009). Tehases toodeti läbi ajaloo väga erinevaid tooteid. Nõukogude ajal vähenes tehase territoorium, kuna osa aladest läks lennuvälja ja elamubarakkide alla. Sel ajal funktsioneeris tehase sõjatehasena, kus arendati muuhulgas ka tuumajõuseadmeid ning reaktoreid (*ibid*).

Taasiseseisvumisega kaotas tehase oma turupotentsiaali ja 1991. aastal moodustati riiklik aktsiaselts Dvigatel. Selle omandas 1996. aastal erastamiseks loodud AS Diamark, mille üheks osanikuks oli AS Mainor (Kruut, 2009). Dvigatelist kujunes tööstuspark, kus jätkati tegevust tööstuse, kommertstegevuse ja ka teistele ettevõtetele pindade rentimise näol. 2004. aastal

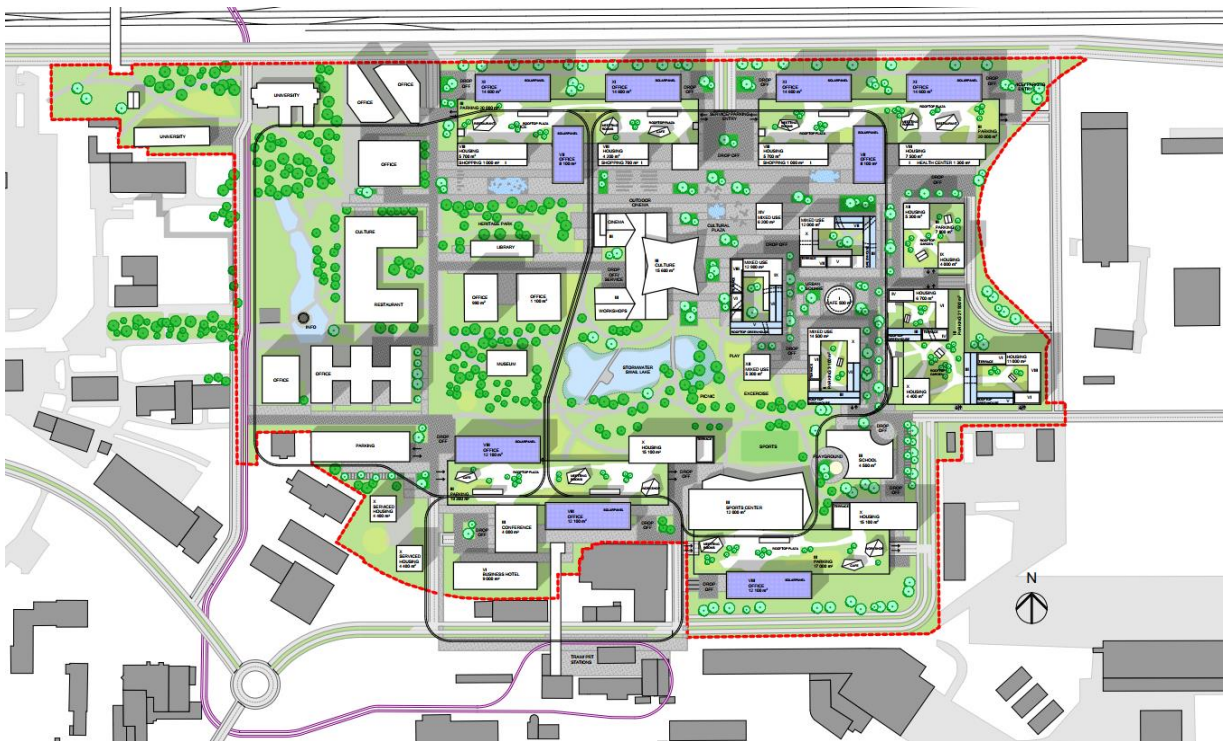
tegutses pargis 180 ettevõtet, asutust ja organisatsiooni ning seal töötas ligikaudu 1500 inimest. Oluliseks teemaks sai ka varasemalt linnast eraldatud tööstuspargi sidumine Lasnamäe linnaosa ja Tallinnaga (Lausing, 2004).

2005 aastal alustati tööstuspargi arendamist innovatsioonilinnakuna. Ülemiste City jaotati plaanide järgi kaheks suuremaks blokiks – innovaatiliseks ärikvartaliks ja kõrgtehnoloogiliseks tootmiskvartaliks. Arendajad ootasid innovatsioonilinna meediaettevõtteid, IT, telekommunikatsiooni ning bio- ja muu tehnoloogiaga tegelevaid firmasid. Plaanis oli luua inkubatsioonikeskus, büroohotell ja tugiteenuste süsteem. Piirkonna planeeringut uuendati koostöös Suurbritannia arhitektuuribürooga ning innovatsioonilinnakute rahvusvahelise kogemusega konsultatsioonibürooga (Ärileht, 2005). 2008. aastal avati linnakus park ning 2011. aastast pärineb tänaseks osaliselt kehtetuks muudetud detailplaneering (Joonis 9). Detailplaneeringus kavandati alale kuni 13-korruselisi büroohooneid ja 4-korruselisi tootmishooneid. Ülemiste Cityt arendati kui Põhjamaade kaasaegseimat innovatsioonilinnakut, mille väärtusteks peeti loomingulist lähenemist kaasaegse töökeskkonna loomisele (Mainor Ülemiste AS ja K-Projekt AS, 2011).



Joonis 9. Väljavõte osaliselt kehtetu Ülemiste City detailplaneeringu põhijooniselt (Tallinna Linnaplaneerimise Amet)

2014. aastal tutvustati Ülemiste City uut planeeringulist visiooni (Joonis 10), mille kohaselt plaaniti alale lisada büroopindu, kortereid, parkimispinda, uusi avalikke asutusi nagu spordikompleks, kultuurikeskus ja kino, söögikohad ja terviseasutused. Linnakus olid juba olemas koolid ja lasteaed. Eesmärk oli Ülemiste Cityst arendada terviklik linnaosa, kus oleks olulisel kohal rahvusvaheline ja teadmistel põhinev töökeskkond. Kutsutud arhitektuurikonkursil võitis Põhjamaade arhitektuuribüroo Tengbom Eriksson Architects Ltd. (Põlendik, 2014). 2014. aastast pärineb ka Ülemiste City tänaseni kasutusel olev Stiiliraamat (Identity, s.a.).



Joonis 10. Ülemiste City master plan (Tengbom Eriksson Architects Ltd)

2017. aastal valmis Tallinna kesklinna ja lennujaama, ja ka Ülemiste Cityt, ühendav trammitee, mille tuleviku perspektiivina nähakse ka lennujaama ja sadama ühendamist (Ehitusuudised, 2017).

Linnaku arenguid juhivad hetkel Mainor Ülemiste AS ja Technopolis Ülemiste AS. Linnaku väliruumi on kujundamas põhiliselt Kivisilla OÜ. Tänapäevaks on Ülemiste Citys välja ehitatud 140 000 m² büroopinda ja 9000 m² kultuuripinda, mille hulgas on koolid, lasteaed, spordisaal.

Lisaks sellele on linnakus veel 127 000 m² tööstus- ja laopinda. 2016. aastal tegutses Ülemiste Citys ligi 300 ettevõtet ja 7000 töötajat (Ülemiste City, s.a.)

Tulevikus kujutatakse Ülemiste Cityt ette kui Eesti väravat, kus kohtuvad Tallinna Lennujaam, Rail Balticu terminal ja Tallinn-Helsingi tunnel. Aastaks 2025 nähakse Ülemiste ärilinnakut ette 20 000 inimesele elu-töö- ja õppimiskohta pakkuvana. Seal asuks 400 ettevõtet 10 000 töökohaga. 2019. aastal lisanduks Ülemiste kaubanduskeskusele 13 000 m². Planeeritakse ka 28-korruselise Ülemiste Väravahoone (Hendrikson&KO, 3+1 Arhitektid ja B+H Architects, s.a.).

3. TULEMUSED

3.1. Koha diskursus praktikas

Intervjuudes uuriti, kuidas tajuvad ja hindavad intervjuueeritavad kohtadega seotud väljendeid. Intervjuu küsimustes pakuti arutlemiseks välja väljendid nagu olemasolev olukord, koha identiteet, *genius loci*, paigavaim, koha identiteet ja paiga maine. Valitud väljendite puhul arutleti kui tuttavad need intervjuueeritutele on, kui samatähenduslikuks neid peetakse ning kui relevantseks neid hinnatakse eesti praktikas. Järgnevalt kirjeldatakse intervjuude tulemusi.

Olemasolev olukord mõistena on laialdaselt kasutusel, kuid kohtade kirjeldamisel peetakse seda mõneti liigselt redutseerituks ja materiaalsusele keskenduvaks. Leitakse, et see ei anna edasi kohtade tunnetusliku poolt.

Ütleme arhitektina sõna olemasolev olukord on selline tore, võib-olla isegi natuke kuiv sõna. Selline et kirjeldad ära, et nii on. Et see on tihti, sult nõutaksegi, et see peab olema selline hästi redutseeritud. Et sealt emotsioon tuleb nagu välja pigistada. (Arendaja I)

Maastikuarhitektid pidasid olemasolevat olukorda enne disainisekkumist olulisena, seostades seda väljendiga „kontekst“. Eriti peeti oluliseks selle tunnetamist ajalooliste alade puhul.

/.../ olemasolev olukord, see on kindlasti oluline asi, noh sõnapaar, mida kasutada sest alati ongi oluline rääkida ka selle olemasolu kohta, et kust on see algpunkt, kust me nagu alustame, et mis olemasolev olukord või kontekst on, et seda kindlasti. (Maastikuarhitekt I)

Teisest küljest leiti et olemasolev olukord pole praktilises diskursuses ülemäära oluline, kuna fookus on pigem arendataval, kui olemasoleval.

Olemasolev olukord on kindlasti see, mida me ei kasuta või noh me kasutame seda mingites lausetes, aga tegelikult me ei pea seda nagu oluliseks, sest me püüame alati kuskile kõrgemale. (Arendaja II)

Tunnetusliku poole kirjeldamiseks kasutatakse sõnu paigavaim ja koha vaim. *Genius loci* peeti liigselt erialaseks terminiks ja hinnati enamusele võõraks. Ka koha vaimu või paiga vaimu ei eelistata alati ise kasutada, pigem kasutatakse väljendit koha identiteet. Koha vaim seostus sügavama uurimistöö ja kohas viibides selle tunnetamisega, selle endale konstrueerimisega. Väljendit kirjeldati kui pikema aja jooksul stabiilsena püsivat ruumi tunnetuslikku osa. Leiti ka et teinekord on võimalik, et seda ei tunnetatagi. Koha vaimu hinnati üheks võimaluseks disaini alguspunktina. Leiti ka et oma olemuselt ei ole koha vaim disainitav, aga on ajas muutuv.

Genius loci ja paigavaim, see ongi pigem kuidagi selline, et mis on olemas ja mida sa nagu tunnetad. Et see loomuga otseselt ei ole seotud. Kui sa midagi teed ruumis ja võib-olla tuled sinna kümne aasta pärast, siis seal on kindlasti mingi, mitte kindlasti, aga siis seal võib-olla on mingi teine paigavaim /.../. (Arendaja I)

Koha identiteeti nähti kui koha tunnetuslikku osa, mida on võimalik muuta ja kujundada. Koha identiteediga seostati ka kohtade brändimist, koha kuvandit ja koha mainet. Viimaseid väljendeid kasutatakse pigem siis, kui räägitakse kohtadele omistatud negatiivsetest omadustest, mida on vaja muuta.

Paigamaine tuleb siis kõneks kui sa pead mingit paika nagu parendama, et sa nagu analüüsid, et miks selle paigamaine on halb /.../ kui ma paiga mainet hakkam analüüsima, siis ma võtan mingisugused teised kriteeriumid käiku, kui koha vaimu puhul. Et kohavaim võib väga hea olla, lihtsalt ta on jäänud kõrvale või on seal ka mingisugused konkreetset põhjused, miks maine on halb. See ei tähenda, et see koha vaim ise halb oleks. (Maastikuarhitekt II)

Koha kuvand ja maine terminitega seostusid kõige enam eri vaatepunktidega, mis erinevatel inimestel mingi koha suhtes võivad olla. Sellise vaatepunkti järgi on arendaja loodud kuvand üks omaette kihistustest kohale antud tähenduste rohkuses.

Kuvandiga ongi nagu paralleelsed tegevused, et ühtepidi ta loob ennast seal ise, kuna tal on nii tugev ajalooline mälu. Et seda loovad kasvõi ajaloolased ise kirjutades sellest, olles juba kirjutanud, no kõik, kes teavad, kes on seal töötanud. On veel palju inimesi, kelle isad või vanaisad on seal elektritehases töötanud ja teavad mingeid lugusid. Et seal on mingisugune kuvand. Erinevad kuvandid võib-olla jõuavad ka erinevate sihtgruppideni onju. Et siis järgmine kuvand on sealt see, mis on igapäevased elanikud möödujad ja see, siis võib-olla kõige uuem kuvand, on siis see, mis on võib-olla meie visioon. Et kuidas me seda siis /.../ kujundame ja mis on siis nende sihtgrupp. Ja siis me juba sellest sihtgrupist lähtuvalt nagu anname mingit täiendavat täpsustavat kuvandit /.../. Ja siis on jah kellegi kuvand, kes vaatab seda nagu sellist kunagist varet või kellel on nagu võib-olla selline poeetiline suhe onju. Näiteks võib-olla on hästi tunnetuslikul tasandil. Et kes ei ole seda ajalugu otseselt lugenud ja kes lihtsalt käib ja hängib seal ja nagu tutvub seal oma kehaga kompamise teel. Et see on nagu kõige võib-olla, kellest sa nagu ei tea, aga kui palju inimesi sellisel viisil seda kogenud seda võib päris palju olla /.../. (Arendaja I)

Disainides tähistas identiteet ala atmosfääri ja välimust. Samuti võis see tähistada kohale omistatud eripära.

Et kohaidentiteet, või selline nagu eripära, et seda me kindlasti soovime arendada ja teadlikult arendame korraldades siin erinevaid üritusi, tuues siia mingeid spetsialiste rääkima asjadest. Või kasvõi meil on see Mainori kõrgkool. Et koostöös temaga arendame mingeid uusi teenuseid. Et see on see nii-öelda ka identiteet, millega me tahame eristuda teistest analoogsetest kohtadest. (Arendaja II)

Koha identiteedi nähti kui midagi, mida on väärtuslik ja positiivne säilitada ja ala brändimisel kasutada. Identiteeti tajuti osana brändimisest ja brändi raames loodavast. Koha identiteeti hinnati üheks võimalikuks lähtepunktiks ala disainile, samuti ka ühte disainitavat osa. Identiteeti nähti koos inimestega muutuvat.

Kui rääkida identiteedist siis sinna alla võib minna ka selline bränding /.../ et identiteet on nagu, noh tundub, see on mingi asi mida sa saad hakata looma või ise niiöelda brändida sellist asja ka. (Arendaja I)

3.2. Volta kvartal

Antud peatükis kirjeldatakse intervjueeritute hinnanguid ja arvamusi seoses Volta kvartaliga - kuidas paigutus projekt Tallinna arengute konteksti, mida peeti alal oluliseks ning mis mõjutas avaliku ruumi kujunemist alal.

Volta kvartali puhul mainiti olulisena eristumist teistest Tallinna tööstusaladel toimuvatest arendustest. Voltat seostati arendustega nagu Noblessneri linnak, Telliskivi loomelinnak ja Balti manufaktuuri arendus. Ühiste joontena nähti vastandumist nii-öelda põllu arendustega, ajaloolist kihistust, arhitektuuripärandi olemasolu ja brändimist läbi ajaloolise narratiivi. Voltaga kontaktelt arendatakse ka Krulli tehast. Ka selle visioonid mõjutavad taju Volta arendusest, kuna potentsiaalselt moodustaksid need ümbritsevast eristuva terviku. Nende, Põhja-Tallinnas linnauuendust läbivate aladega, tajuti sünergia ja samuti konkurentsi. Kui mereäärsetel uuendustel nähti olulise märksõnana merd, siis Volta väliala puhul hinnati eristuvaks ja oluliseks suurt avaliku ruumi osakaalu ja looduse ning industriaalsuse kombineeritud motiivi.

Ma arvan et põhiline identiteet ongi just see, et ta on Eesti mastaabis võib-olla ainuke selline industriaalse pärandi ja selline looduse kokku saamise punkt eks ole. Et see kui palju on sinna nagu kavandatud just seda pargi roheala. Et palju on tehtud lihtsalt nagu korda tööstushooneid, mis on tegelikult sellised kiviväljad kuskil või need on üksikud või juhuslikud, võrdleme nagu Kultuurikatla ala, võrdleme Noblessneri ala /.../. (Arendaja I)

Kvartali kujunemist iseloomustas pikk ajaperspektiiv. Kuna tegemist on suure alaga, siis tuleb lahendusi otsides kujutleda ette muutumist aastakümnete perspektiivis. Maastikuarhitektidelt sooviti esmalt ideid ala vahekasutusteks, kuid üheskoos nähti vajadust vaadelda ala ja arendust kui tervikut, mida ka tehti. Nii arendaja kui maastikuarhitekt tõid välja keerukust ennustada täpselt, mida tuleviku kasutajad soovivad ning milline on koha tulevane kogukond.

/.../ et kui sinna kvartali südamesse tõesti tuleb mingi lastead-kogukonna keskus. Et seal pargis on ka tõesti sellist, sõlmpunkti mis on ka selle Krulli ala sihi peal, et sinna tekiks selline kõige võib-olla mõnusam kogukonnale mõeldud plats või ruum, kus oleks mingi resto. saaks seal, ma ei tea,peenramaid teha. Et sinna on kindlasti kirjutatud sisse mingeid ideid, mis võib-olla kohe ei saakski realiseeruda, sest seda kogukondagi veel seal pole, neid elanikkegi seal pole.

Kui maastikuarhitektid projektiga liitusid, oli planeeringulahendus ja arendaja visioon suures plaanis kindel. Paigas oli üldine maakasutus – teed, pargiala, hoonestusmahud ning ettekujutus ala tulevastest kasutajatest. Arendaja ootus maastikuarhitektidele oli efektse ja mitmekülgse väliruumi kujundamine, mis pakuks tulevastele elanikele head olemise kohta ning oleks ka atraktiivne väljastpoolt tulijatele. Olulised olid ka turundussõnumid, millega tutvuti uurides arenduse kodulehti. Nende põhjal hinnati tellija sooviks pigem eksklusiivset maastikuarhitektuurset lahendust ja jõukamat sihtgruppi. Kohta hinnates kujundasid seega kohataju ka teadmised ja arvamused ala tulevikust.

No hetkeolukord on see, et see kvartal on päris tihedalt täis topitud mingeid tootmishooneid, mis sinna ei jää. Et seal on need pikad paekivihooned, üks on vist nagu osaliselt seal kasutuses, üks ei ole, mis on üks plankudega kinni lõõdnud. Et ja kvartal ise on selline, haljastust seal praktiliselt ei ole, hästi palju kõvakattega pinda. Et see olukord nii-öelda, kui vaadata kvartalilahendust tervikuna muutub ikka hästi palju. (Maastikuarhitekt I)

Maastikuarhitektuurses lahenduses oli kontseptsiooni oluliseks osaks eri avalikkuse määraga tsoonide kujundamine. Tsoonid tulenesid hoonete ja väliruumi funktsioonidest. Näiteks elamuhoonete ümbrusesse kavandati privaatsemat ja poolprivaatset ruumi, parki nähti kui

avalikku ala ja tänavaruumi osalt kui ärifunktsioonidega seotut. Pargiala jagati eri tegevusruumideks ja kogu ala eri tsoonidele vastasid erinevad põhimõtted haljastusele ja väikevormidele.

Põhiliseks eesmärgiks oli arendada ja luua kvaliteetset elukeskkonda, kus oleks võimalik elada autovabamat elu, liikuda rohkem jalgsi ja sõita jalgrattaga. Seda toetavaks hinnati mere ja kesklinna lähedust. Suure lisaväärtusena alale tajuti linna poolt arendatavat ühistranspordi- ja kergliiklusteede võrku. Ala hetkeseisus nähti pigem potentsiaali kui väärtusi.

Kui rääkida hetke keskkonnast eks, no ma ütlesin, et see on tihkelt mingisuguseid tööstushooneid täis topitud, mingi osa on seal hästi lage, enamus kõik kõvakattega pind ja puid ei ole ja nii edasi. Et hetkel ta ei ole jah elukeskkonnana see koht, kuhu sa lähesid ja kui seal mitte midagi ei muutu, oleksid õnnelik selle üle. Et ta pigem ongi ikkagi hästi potentsiaalikas koht, et seal on väga head eeldused, et kujuneks selline tõeliselt mõnus ja toimiv ruum. (Maastikuarhitekt I)

Alal paikneval tööstusarhitektuuripärandil on suur mõju, sellele kuidas see muutub. Ajalool nähti suurt väärtust ning seda sooviti esile tuua. Tsaariaegsed paekivihooned või nende müürid on kohati riikliku kaitse all, kohati sätestavad nende säilitamist detailplaneeringud. Säilitamine mõjutab nii ala arhitektuuri, ehituslikku keerukust ja kulu, samuti arenduse kontseptsiooni. Ka avaliku ruumi, eriti pargi, mis hiljem linna omandisse läheb, välja ehitamine on lisakulu, mis tuleb eelarvesse sisse paigutada.

/.../ noh nende hoonete säilitamine juba defineerib mingi struktuuri, et defineerib mingi teatava arhitektuuri, mingi teatava nii-öelda hinna ehituslikus mõttes. Võib-olla nad on veidi keerukamad kulukamad. Kohe kui sul on ehituslikult keerukam kulukam, siis ka võib-olla kontseptsioon peab olema unikaalsem. Et siis see peab olema selline kontseptsioon, mida on ka lihtsam võib-olla edasi turundada müüa, mis on nagu, mida ollakse valmis võib-olla selle kõrgema hinnaga kasutusse võtma. (Arendaja I)

Kõiki hooneid ei tajutud väärtuslikena. Vähem väärtuslikuks hinnati nõukogudeaegseid hooneid. Nende puhul hinnati oluliseks loo jätkuvuse motiivi ja struktuuride jälgi ruumis.

/.../ kvartali skaalal ongi võib-olla tähtsus sellel ajalool - mingitel struktuuridel, mingitel või kasvõi vundamentidel, mingitel rütmidel. Et võib-olla iga hoone ei ole nagu lõputult väärtuslik seal. Noh seal on erineva ajastu mingi nõukogudeaegseid juurdeehitisi koledaid, aga kasvõi jälg nendest on nagu ka oluline. Ja just see jälg kui nagu mõiste ruumis, on minu arust hästi oluline. /.../ või väärtus just sellel mingil lool või et see lugu ei katke. Et sa saad aru, et see on nagu Volta, kui sa sinna lähed. See on endiselt see sama Volta, teda on lihtsalt natuke puhastatud või paar puud lisatud või midagi sellist. Et ta oleks nagu just see sama, et see identiteet püsib noh. Saja aasta identiteet ei kao, ta nagu muundub. Et just see muundumine on nagu võib-olla tähtis. (Arendaja I)

Nii arendaja kui maastikuarhitekt mainisid olulistena maamärke. Arendaja vaatepunktist saavad Volta kvartali maamärkideks tulevikus rajatavad 14-korruselised äri- ja elamuhooned. Maastikuarhitekti vaatepunktist olid olulised maamärgid pargiruumis. Pargi olulistesse sõlmpunktidesse nähti ette dominantseid eri funktsioonidega arhitektoone. Arhitektoonide eesmärk oli tekitada inimestes seoseid ja huvi Volta ajaloo vastu - suhestuda ala identiteeti, ajaloo ja arhitektuuriga.

/.../ kuna need juba lähevad ka natuke rohkem sellisesse arhitektuursemasse elementi tõesti. See hakkab juba suhestuma rohkem hoonega kui isegi selle maastikuga, siis seal sai nagu otsitud seda võtit, et kuidas nagu selle väljapaistva arhitektuuri juures siis leida see mingisugune essents. Et siis seal tuli küll ma arvan see ajalugu appi. Et nende arhitektoonide puhul tekkis see mingisuguse energia ja valguse selline temaatika, mis võiks nagu viidata sellele ajaloole ja samas ka võib-olla lõpuks selles disainikeeles ka nagu võtta mingit snitti sellest industriaalarhitektuurist. Et selles mõttes jah arhitektoonide puhul võib-olla see ajaloo selline käsi on nagu kõige rohkem tunda või märgata. (Maastikuarhitekt I)

Motiivid mis seostusid Voltaga arhitektoonide puhul olid mastaapsus, inimmõõtmest väljas metallkonstruktsioonid ja elektrienergia. Maastikuarhitektuurse ja arhitektuurse lahendusega seostusid veel arhitektuurse kontekstiga arvestamine, pikkade hoonetega seostuv lineaarsus, raudtee ja isetärgav loodus.

3.3. Ülemiste City

Antud peatükis kirjeldatakse intervjueeritute hinnanguid ja arvamusi seoses Ülemiste Cityga - kuidas paigutus projekt Tallinna arengute konteksti, mida peeti alal oluliseks ning mis mõjutas avaliku ruumi kujunemist alal.

Ülemiste Cityt tajuti kui olulises logistika ja transpordi sõlmpunktis asuvat – lähedal asub lennujaam, Tartu-Tallinn maantee ja raudtee. Hiljuti ehitati välja ka lennujaama ja kesklinna ühendav trammitee. Tulevikus saab Ülemiste Cityga kontaktelt asuma ka Rail Balticu terminal ning Helsingi – Tallinna tunneli lõpppeatas. Seoses kõige eelnevaga nähti Ülemiste Cityt arenemas ja kasvamas ning Tallinna arenguid suunamas.

/.../ me teeme pidevalt selliseid algatusi, kus me nagu oleme linna mõttes initsieerijad. Et ka linnaruumi arendada ja parendada, sest tänasel päeval, kui see Rail Balticu terminal valmis saab, siis ta lõppeks lihtsalt sinna Jazzy pesula peale põhimõtteliselt, ehk siis parkimisalase. Ja kui me räägime ka veel Helsingi Tallinn tunnelist, et siis ka selle lõpppeatas on ju planeeritud siia. Et Ülemiste piirkonnast saabki siis üks olulisemaid logistika ja transpordi sõlmpunkte ja muude linnade areng on näidanud, et nende sõlmpunktide juurde tekib siis ka selline oluline linnaruum. Et tehakse, näiteks Helsingis on arendus, kus rongijaama juurde tehakse kõrghoonetest selline linnaruum. Et me näeme, et seda siin alal, seda potentsiaali on hästi palju /.../. (Arendaja II)

Ülemiste City kui targa äri linn sai alguse aastal 2005. Brändi kontseptsioon oli koondada tarku inimesi, haridust ja äri ning läbi selle kujundada tark linnak. Valdavalt asuvad alal büroohooned, kuid viimastel aastatel on lisandunud ka toidupood, spordiklubi ja Mainori kõrgkooli tudengitele hostel. Linnaku sihtrühmadeks on põhiliselt ettevõtjad ja ettevõtted Eestis ja välismaal.

/.../ meil on selles suhtes need sihtrühmad paika nii-öelda määratud ja me üritame ka lähtuvalt sellest teha kommunikatsiooni. Et meie identiteet on see, et meie soov on, et globaalsed talendid /.../ saaksid siin õnnestuda. Ehk siis olgu see globaalne talent eestlane, kes on väga edukas välismaal, või mingi välismaalane, kes tahab eesti turule midagi toredat tuua. Et siis see on see keskkond, kus nad saaksid õnnestuda. Ehk siis kõik teenused, mis neil igapäevaellu vaja läheb, oleksid nüüd ühes kohas olemas. (Arendaja II)

Linnakut nähti kui Tallinna esimest suurt tööstusala ümberarendust ja pigem ei seostatud seda Tallinna teiste linnauuenduse projektiga. Ülemiste linnakuga seostati näiteks Kista linnakut Stockholmis ja Silicon Valleyt. Tegevuses lähtuti siiski enda soovidest ja oma klientide vajadustest.

Me korraldame siin ju ka pidevalt kliendiküsitlusi- tagasisidet. Küsime mis teenuseid nad soovivad, mida nad veel sooviksid siin linnakus näha. Üks mõte või soov neil olid need välikontorid, et saaks õues suvel tööd teha, parkidesse panna. Siis oli jõuväljak, noh meil on see jõuväljak nüüd siin olemas ja nüüd me märgime maha jooksurajad, et saaks inimesed jooksmas minna lõunapausil, kas siis jooksmas või jalutama kolleegidega. Et oleks noh sellist erinevatele inimestele midagi /.../. (Arendaja II)

Põhiliseks eesmärgiks oli luua hea töökeskkond, kus oleks olemas kõik ettevõtetele vajalikud teenused. Avaliku ruumi arendamisega ning erinevate üritustega loodeti linnaku töötajaid ka omavahel kokku tuua.

/.../ Et noh milleks me neid üritusi korraldamegi. Et see kogukond tuleks kokku siin, sest teatavasti inimesed tulevad tööle, siis nad istuvad oma laua taga teevad tööd ja siis õhtul lahkuvad. Et aga neil tekiks see mingi mõte või soov kuskilt siit ka korraks kontorist välja minna, midagi teha. Eesti kliima seda küll väga ei soosi, aga suvel tegelikult ikkagi see festival toob inimesi kokku ja inimesed käivad lõuna ajal ja. (Arendaja II)

Hetkel asub linnakus ka tööstusettevõtteid, kuid neid ei nähta pikaajaliste hoonete üürnikena. Leitakse et tulevikus rajatavate eluhoonete puhul ei peaks tööstusfunktsioon nendega kontaktselt olema.

/.../ me arendame etapi kaupa ütleme valdavalt üks maja aastas või siis, see aasta on eriline, kaks maja aastas. Et siis tegelikult meil ei ole mõtet seda vana tööstust veel välja visata, kuna ta toob meile korralikku käivet. Et me teeme etapi kaupa, et siis kui me oma arendusega nii kaugele jõuame, siis tööstus järk järgult lahkub siit. Et me ei näe, ütleme meie ringkonnas, see selline suurte metallkonstruktsioonide keevitamine või selline tööstus jääks nagu igavesti või väga kauaks. Et jah pigem siis tekib võib-olla sellist tarka ja väikest tööstust. (Arendaja II)

Ülemiste linnaku väliala suuremat osa on maastikuarhitektuurselt lahendanud üks büroo. Linnaku suurus tähendab selle arendamist etapiviisiliselt tervikut silmas pidades. Maastikuarhitekti tunnetust Ülemistest kui kohast mõjutas teadlikkus linnaku muutustest ning samas ka arendajate arengukavadega kursis olemine. Kui 2000. lõpus tundus linnak veel kõrvalises kohas, siis tänaseks on selle tähtsus linnas oluliselt muutunud. Seda nähti kui Tallinna uut keskust.

Kui me alustasime oli Ülemiste City ikkagi väga kõrvalises kohas raudtee taga kuskil. Isegi autogagi väga hästi sinna ei saanud. Praeguses hetkes tekib sinna minu meelest ka uus keskus tänu sellele lennujaamale ja trammiteele. See kõik on nagu hästi prestiižne ja oluline linnale ja kui sa vaatad, et kõik need tänava

ääred on puiesteks muudetud kuni tartu maanteeni välja. Nii et tema tähtsus linnaruumis on tõusnud. (Maastikuarhitekt II)

Maastikuarhitektuurne kontseptsioon loodi koostöös arhitektidega. Kontseptsioonis pandi paika pargis asuv veekogu ja teede iseloomulik sakiline looklemine. Maastikuarhitektidele seostus ühe hea näitena tööstusalade taastamisest Duisburg-Nord Saksamaal. Ülemistel inspireeruti tööstusrevolutsiooni aegsest pärandist ja raudtee temaatikast.

Aga tehasel oli juba pikem ajalugu, et tegelikult on ta ju pärit nagu siis tööstusrevolutsiooni ajast, see tähendab siis et 18.-19. sajandi vahetusest, kus ta oli siis tegelikult vagunid ja rongid siis ühesõnaga kogu see temaatika seal. Ja sellest siis ka, kui sa jälle mõtled, et kust sa sealt siis võtad, siis võtadki pigem mitte nüüd niivõrd kinnise tehase, noh hakkad sealt otsima nagu öeldakse mingit kuvandit, aga see raudtee ja see teema on üle maailmselt väga palju ekspluateeritud eks ole, liipritest ja säilitatavatest raudtee lõikudest. Noh vot seal nüüd oligi nii, et minu meelest seal ei olnud enam selleks ajaks nagu otseselt raudteeliipreid maha säilinud, vahel jäetakse ka see omaette kihistusena, aga seal asendasid seda siis just need puitteed, mis olid siis nagu nendest liipritest tehtud. (Maastikuarhitekt II)

Puitteed on tänaseks suurel määral asendatud betoonist puidulaadse tootega, kuna puit kulus ajaga ning kurdeti selle libedust. Kontseptsiooni ühtse stiiliga seostusid ka vana säilitamine (näiteks vanade paplite), istutusasad ja taimevalik näiteks viljapuude või niidumuru kujul. Eesmärk oli võimalikult palju kasutada ka disainiprotsessi alguses alal olemasolevat.

/.../ see oli ka see, miks me ka väga palju seal säilitasime asju, mis no ütleme võtame kas või need samad vanad paplid. Samas oli see Mainori taga ka ütleme see vana pargiosa ja. Et me ikkagi hästi respektiga suhtusime. Pluss siis need elemendid, mida tol momendil ei olnud, nagu see puidu kasutamine, või mida me siis juurde lisasime, saades inspiratsiooni siis sellest ajaloost. Otse rongi me sinna nagu ei projekteerinud, no ma ütlen et need detailid peavad ka alati olema tundlikud. (Maastikuarhitekt II)

Nüüdseks on maastikuarhitektuurne lähenemine muutumas. Tajuti et väliruumi oodatakse rohkem targa linnaku temaatikaga seonduvad lähenemist. Targa linnaga seostusid märksõnad uudne, vähem esinev ja targa inimese soovid. Pargiruumile lisaks sooviti linnakusse ka väljakuid. Ülemiste City targa linna motiivid, mis on mõjutanud arhitektuuri ja maastikuarhitektuuri kujunemist, on veel ka näiteks hoonete nimetamine teadlaste järgi, mis on mõjutanud osade hoonete arhitektuurset lahendust.

See asi on arenenud ja võib-olla nad nüüd praeguseks isegi, me enam nagu nii väga ei otsigi seda identiteeti selle vabriku või raudtee teema juurest, vaid ta on nagu mingil moel olemas ja kuna nad oma see smart on koguaeg, et see annab ka natuke teise mõõtme mida nagu tahetakse näha. (Maastikuarhitekt II)

Ülemiste City väliala puhul toodi välja tuulekoridore ja parkimist kui probleeme. Parkimisalasid- ja hooneid rajatakse linnaku perimeetrisse eesmärgiga arendada selle sisemust jalakäijate- ja liiklusvabaks alaks. Maastikuarhitektide töö üheks osaks oli silmas pidada mikrokliimat hoonete vahel ja püüda leevendada tuulekoridoride teket. Arendaja nägi probleemsena ka linnaku tühjenemist tööpäeva lõpus ning otsivad ka viise selle muutmiseks, näiteks ka eluhoonete rajamisega.

Kui me siiani olime selline tööpäeva linnak, siis tahame kujuneda selliseks 24/7 linnakuks. Omaette linnaosa nii-öelda koos kõikide teenustega. Spordiklubi meil on, restoran on, toidupood on, et ühistransport käib. Et kindlasti sellist õhtust mingit meelelahutuseosa, seda me planeerime ka. Nii et tahame jah ikkagi selliseks omaette linnaosaks saada vanast tööstusest siis. (Arendaja II)

Ülemiste linnakul asuvaid paekivihooneid peeti väärtuslikuks ning osad hoonetest või nende osadest on ka muinsuskaitse all. Nõukogudeaegseid hooneid lammutatakse aega mööda, vaateliselt domineerivaid kaeti fassaadimaalingutega. Muinsuskaitsealuste osade säilitamine ja taastamine on teinekord väga kalliks läinud, kuid selles on nähtud lisaväärtust.

/.../ ega me noh ütleme väga selliseid tsaariaegseid või neid keisriaegseid hooneid ei ole lammutanud ikkagi. Seda paekivi me oleme säilitanud, sest see

klientidele väga meeldib ja just selle vana ja uue kokku toomine see meeldib neile ka. (Arendaja II)

Ühe Mainor Ülemiste ja Technoplis Ülemiste ühise eesmärgina toodi välja maamärkide leidmist linnakus. Olemasolevate maamärkidena toodi välja suuri fassaadimaale tööstushoonete seintel, samuti pargis asuvat veetorni ning 28-korruselist hoonet, mille suhtes linnaga veel läbirääkimisi peetakse. Maamärkide eesmärk oli inimesi linnakusse tuua, samuti levivad sotsiaalmeedias suuresti just nende taustal või nendest tehtud fotod.

Tegelikult me mõtleme või niiöelda püüame genereerida ka ideid, et kuidas leida ländmarke, mis ei nõua alati suurt investeeringut, aga mis inimesed kuidagi võtavad omaks, ala käivad kuskil metsas mingit puud kallistamas mingist usust, et see annab energiat. Et selliseid nii-öelda isetekkelisi ländmarke on päris palju, et me püüame ka leida selliseid mõtteid, et mis võiks olla selline mitte väga kallis, aga nutikas asi, mis siis inimesi kokku toob. Et mis vähemalt paneb nendel turistidel, kes sõidavad lennujaamast kesklinna näiteks trammiga, korraga nagu mõtlevad et ah läheks siin maha vaataks selle asja üle /.../ (Arendaja II)

3.4. Brändi tähistajad avalikus ruumis

Antud peatükis kirjeldatakse viise, kuidas ruumis viibija võib tunda, et viibib brändiga seotud kohas. Selleks hinnati kohtade brändide olemust ning tähistajaid avalikus ruumis.

Endover KVB OÜ poolt on registreeritud kaks kaubamärki – Volta kvartal (Joonis 11) ja Volta Design District, mis on hetkel (15.05.2018) veel menetluses (Patendiamet, 2017, 2018).



Joonis 11. Volta kvartali ja Volta Design Districti kaubamärgid (Patendiamet)

Volta kvartali detaiplaneeringus on kavandatava ruumi sihtgruppidenä nähtud peresid ja individuaalset lähenemist tähtsaks pidavaid kõrge sissetulekuga noori ja üksikuid, keda pereväärtused huvitavad vähem, aga kelle vajaduseks on eristuda teistest sama staatusega linakodanikest (Tallinna Linnaplaneerimise Amet ja ConArte OÜ, 2018).

Volta loftid on bränd, mis on loodud seoses Tööstuse 47b ja Tööstuse 47d hoonetes asuvate korterite müügiga. Volta loftide bränd seostub New Yorgi tööstushoonete luksuslikeks korteriteks konverteerimisega. Olulisteks motiivideks on industriaalarhitektuur, ruudustatud aknad ja autentne New Yorgi tööstusatmosfäär (Endover KVB OÜ, s.a. b).

Väliruumis on seda narratiivi jätkav šabloonmaaling (Joonis 12), mille autoriks Von Bomb ning mille pealkirjaks või motoks sõnastati koos Endoveriga „New York meets Kalamaja“ (Ehistusuudised, 2017).



Joonis 12. Maaling kvartalit piiritleval müüril, mille autoriks on VonBomb (Autor)

Volta kvartali bränd seisneb tervikliku elukeskkonna pakkumises. Ajaloolistele hoonetele lisandub modernset hoonestust. Fookuseks on erinevad alale lisanduvad funktsioonid ja teenused nagu mitmekülgsete vaba aja veetmise võimalustega park-hooviala, lasteaed, tervisekeskus, disainihõngulised butiigid ja trendikad sohvabaarid (Endover KVB OÜ, s.a. a).

Töö koostamise ajal ilmusid alale järgemööda erinevad arendust tähistavad ja tutvustavad objektid (Joonis 13). Peamiselt asuvad need ala Tööstuse tänava äärsesse sissepääsu juures. Sildid viitavad Endoverile kui ala arendajale, reklaamplakatid kirjeldavad ala tulevikuvisiooni.



Joonis 13. Endoveri ja Volta logod Tööstuse tänava äärsesse sissepääsu lähedal (Autor)

Alal liikudes on täheldada ehitustegevust, kuid ka tööstuse ja alal paiknevate erinevate ettevõtete jätkuvat tegutsemist. Uuest arendusest annavad märku veel nummerdatud parkimiskohtadega parkla ning piirdega ümbritsetud mänguväljak (Joonis 14), mille väraval asuv silt palub Tööstuse 47b mitte-omanikel selle kasutamisest hoiduda.



Joonis 14. Aiaga piiratud mänguväljak Volta kvartalis (Autor)

Mainor Ülemiste AS poolt on registreeritud kaubamärgid (Joonis 15) Ülemiste City ja Ülemiste City Home of Innovation Innovatsiooni kodu. Mainor Ülemiste AS ja AS Technopolis Ülemiste poolt on registreeritud Ü Ülemiste City ja Ü Ülemiste City Smart City (Patendiamet, 2006a, 2006b, 2015a, 2015b).



Joonis 15. Ülemiste City kaubamärgid (Patendiamet)

Ülemiste City brändi kasutust juhib 2014. aastal Identity teenusedisaini büroo poolt loodud „Ülemiste stiiliraamat“ (Identity, 2014). Stiiliraamat koordineerib muuhulgas näiteks värvide, siltide, viitade ja ruumiliste objektide kasutamist (Joonis 16). Samuti on stiiliraamatus sõnastatud materiaalsed ja ideoloogilised aspektid, mis eristavad Ülemiste Cityt teistest kinnisvaraarendusprojektidest, nagu näiteks: avatud perspektiiviga, manööverdamisvõimalusi pakkuv; heade parkimisvõimalustega; sotsiaalselt vastutustundlik; uutele lahendustele orienteeritud, novaatorlik.



Joonis 16. Stiiliraamatuga kooskõlas silt, viidad ja bussiootepaviljon (Autor)

Stiiliraamatust eraldiseisvalt annavad Ülemiste brändist märku sildid hoonete nimetustega (Joonis 17).



Joonis 17. Sildid mis teavitavad hoonetele antud nimedest (Autor)

Alal viibijale annavad Ülemiste City alal viibimisest ruumis märku veel ala plaan bussiootepaviljonidel, suured sarnastes toonides fassaadimaalingud (Joonis 18), korrastatud paekivihooned, tavalisest eristuvad fassaadilahendused büroohoonetel, maastikuarhitektuurne lahendus ja selle detailid, nagu näiteks teekatted, valgustid ja pingid.



Joonis 18. VonBombi poolt teostatud fassaadimaaling Ülemiste Citys (Autor)

4. ARUTELU

Selleks et mõista kuidas koha identiteet väliruumi kujunemist mõjutab, tuleb esmalt mõista kohtade identiteeti. Antud töös on kohaidentiteeti uuritud kui sotsiaalset konstruktsiooni ja ühte osa kohast kui assambleaažist, mille koosmõju assambleaaži teiste osadega moodustab koha. Sellest lähtuvalt uuriti kohti läbi ruumilisi muutusi juhtivate ekspertide seisukohtade, aga ka nende ajaloo, brändi ja materiaalsuse.

Volta kvartal ja Ülemiste City on näited avalik-era tüüpi tööstusalade taaselustamisest, kus avaliku võimu ja eraarendaja koostööl toimub linnauuendus suuremal skaalal, kui seda on üksikute hoonete taaselustamine. Selle tulemusel muutub nii kohtade materiaalsus kui nendega seotud tähendused. Tööstusalade taaselustamist on võimalik vaadata ka läbi territorialiseerumise – deterritorialiseerumise tsüklite. Uuritud juhtumite puhul võis enne taasiseseisvumist näha alasid kui võrdlemisi stabiilseid assambleaaže. Deterritorialiseerumine leidis aset nõukogudeaja lõpus ja järgselt, kui toimus alade erastamine, maa väärtuse kasv ning industriaalpärandi loome läbi muinsuskaitse tegevuse. Taasteritorialiseerumine ja uue assambleaaži moodustamine toimub uue arenduse käigus. Neoliberaalse üleilmastumise kontekst soodustab seejuures territoriaalse identiteedi loomet, mis avaldub ka kohabrändina.

Ühe assambleaaži komponendina võib näha ka ruumilisi muutusi juhtivaid inimesi. Antud töös uuriti nende kohataju ja kohtadega seonduvat diskursust eesti praktikas. Tulemusi analüüsid paistab silma koha identiteedi kui mõiste mitmetahulisus. See võis seostuda nii kohale endale omistatud essentsiga, ettevõtte pakutud teenustega, kui ka koha maine või brändiga. Koha brändi kui mõiste intervjuudesse sisse toomine oleks seejuures tööle kindlasti kasuks tulnud.

Kohataju mõjutasid lisaks koha materiaalsusele ja omistatud tähendustele ka teadmised erinevatest kujutavas ruumis eksisteerivatest kohtade representatsioonidest. Olulistena tulid välja arengukavad, detailplaneeringud, ümbritsevate arenduste plaanid, visioonid, hoonete

tulevane arhitektuur, ettevõtete kodulehed ja brändid. Samas ilmnes koha vaimu tunnetamine ühena narratiivsetest tööriistadest koha identiteedi loomel. Koha identiteedi loome toimis omakorda narratiivse tööriistana koha disainimisel – läbi loo konstrueerimise jõuti disainini ja lõpuks materialiseerunud ideedeni.

Volta kvartali identiteedina kirjeldati muuhulgas tööstusajalugu, arhitektuuripärandi olemasolu, planeeritud parki ja eristumist teistest arendustest. Inspireerivaks peeti näiteks kivide vahelt isetärganud loodust (Joonis 19) ning alal leiduvaid metallist kolusid. Ülemiste City identiteedina kirjeldati näiteks globaalsete talentide õnnestumist, tarka linna, arhitektuuripärandit, nõukogudeaja kihistust ja raudtee temaatikat.



Joonis 19. Rohelus ja industriaalpärand Volta kvartalis (Autor)

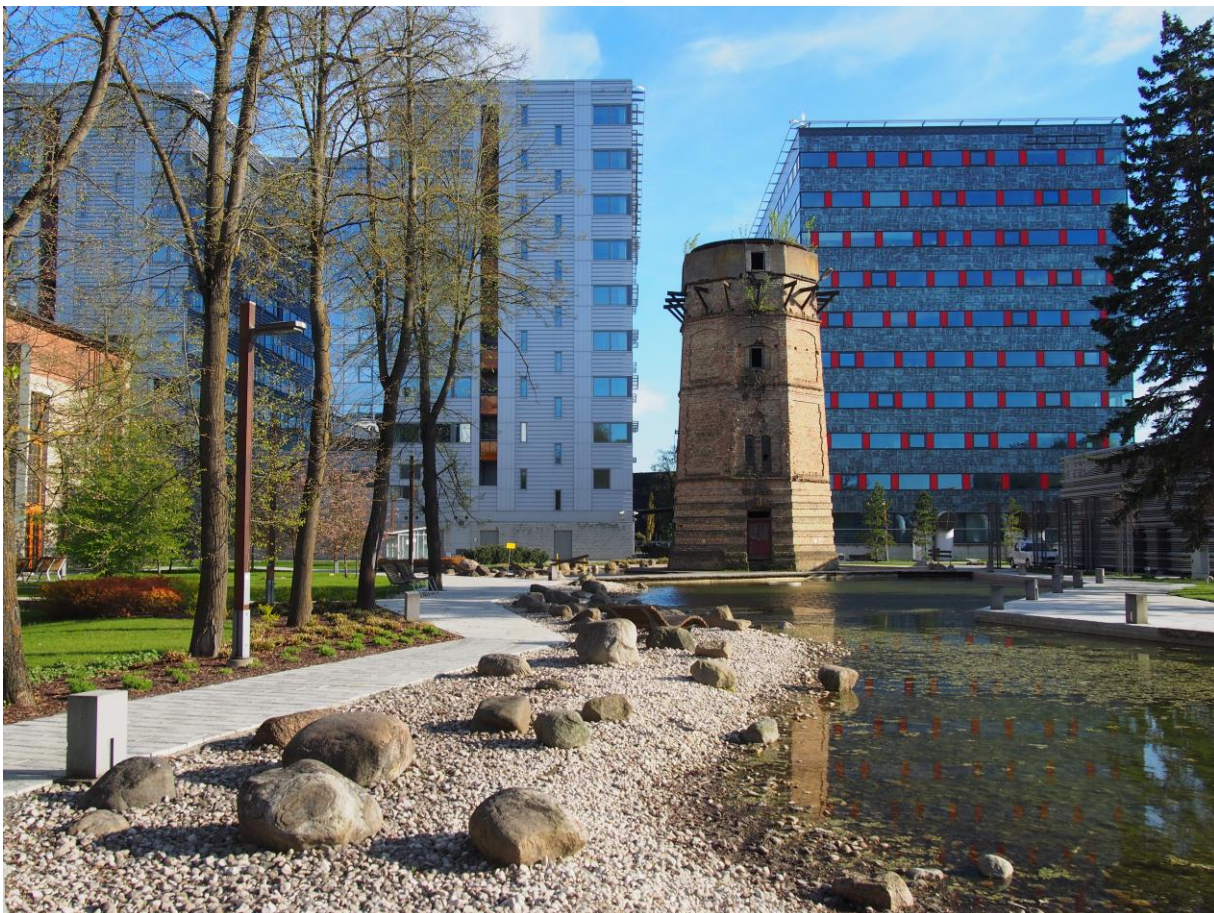
Kui Ülemiste City alal võeti 90ndate lõpus mitu hoonet muinsuskaitse alla, siis Volta kvartalis toimus pärandiloomes peamiselt arendustegevuse käigus. Hoonete ja müüride taaskasutamist sätestas ala detailplaneering. Seejuures nähti mõlemal juhul väärtuslikuna pigem 20. sajandist

säilinud arhitektuuri. Nõukogudeaegseid tööstushooneid peeti väheväärtuslikuks ja lammutati või ehitati ümber. Nõukogudeaegse tööstustegevuse väiksemad produktid, nagu näiteks elektrigeneraator, või representeeriv materjal, leidsid uusi funktsioone kunstina näiteks loftide fuajees. Taolist postmodernistlikku „jätmetest“ kunsti loomet on ka varasemalt seostatud tööstusalade konverteerimisega floriidiliku loomemajanduse vaimus (Wang, 2009).

Maastikuarhitektuursete lahenduste kujunemist mõjutasid paljud faktorid, nagu tulevased elanikud või olemasolevate klientide soovid, funktsionaalsus, ümbritsevad arengud, arendaja poolt sõnastatud ja arendaja poolt tajutud ootused. Identiteet mõjutas pigem disainimisel tehtavaid esteetilisi otsuseid. Olemasoleva materiaalsuse või kontekstiga arvestamist peeti üleüldiselt oluliseks. See väljendus näiteks teatud elementide, nagu näiteks veetorni või paplite säilitamises Ülemiste City puhul.

Koha bränd oli sarnaselt identiteedile otsuste kujunemist mõjutav faktor. Kui Volta kvartalis väljendus see New Yorgiga seostuvas industriaalsuses ja sellest edasi industriaalsuse ja roheluse motiivides, siis Ülemiste Citys lähtuti targa linna motiividest. Koha brändiga võib seostada ka maamärkide olulisust.

Nii Volta kvartali kui Ülemiste City puhul toodi välja maamärke kui identiteediga seostuvaid. Volta kvartalis olid maamärkideks pargiruumi kavandatud dominantsed arhitektoonid ja 14-korruselised tulevased hooned. Ülemiste Citys olid nendeks suured fassaadimaalingud ja pargis asuv veetorn (Joonis 20) ning samuti kavandatud kõrghoone. Aladel asuvaid suuremahulisi tänavakunstiteoseid, mis on loodud tellimustöödena, võib näha kui iseloomulikke era-taaselustamise tähistajaid, kui kommertsiaalselt suunatud ning koha brändile viitavaid (Zukin ja Braslow, 2011). Maamärkide ülesannetena nähti identiteedi edasi andmist ja inimeste alale kutsumist. Fotogeeniliste objektidena soodustasid need brändiga kooskõlas olevate representatsioonide levikut.



Joonis 20. Veetorn kui fotogeeniline maamärk (Autor)

Aladel leitud erinevaid brändi tähistajaid nagu näiteks logosid, reklaame või ühtses stiilis silte ja viitasid. Assamblaažiteooria aitab mõista, kuidas taolised tähistajad töötavad identiteedi territorialiseerijatena. Bränditud ruumi sisemise ühtsuse ja sujuva kogemuse teine pool on aga piiritletud ruum ja kohta „mitte kuuluvate“ inimeste tõrjutus (Klingmann, 2003). Tähistajate potentsiaalse mõju avaldumist oleks huvitav edasi uurida. Teooriast tulenevalt (Dovey, 2009) võib püstitada hüpoteesi, et taolised territoriaalse identiteedi tähistajad ruumis võivad vähendada avaliku ruumi tajutud avalikkust (Leclercq, 2018).

Töö lähtepunkt oli ajendatud arvamusest et alasid arendades, kaob negatiivse kõrvalmõjuna alade identiteet, mida on vajalik läbi disaini säilitada. Tööd lõpetades, leian et see mida tajusin kaduvat oli roostes metallist kolude, asfaldist tärkavate puude, nurgataguste kohtade ja kohas võõraks olemise intensiivsus (Dovey, 2009), mis ala korrastades vältimatult kaob või asendub

korra või teistsuguse, disainitud intensiivsusega. Kinnisvara arenduse läbi korrastatud kohal on oma sihtgrupp, kuhu igaüks ei pruugi kuuluda ja nii saab hetkeks avatud olnud mahajäetud tööstusala uued piirid. Potentsiaali realiseerumisega kaob pinge, mis eksisteerib kui millelgi alles on potentsiaali (Martínez, 2017). Intensiivsuse kadu kompenseerivad arendajate, arhitektide, maastikuarhitektide ja koha turundajate poolt kujundatavad uued intensiivsused, mis paremal juhul loovad uut autentsust. Varasema territoriaalsuse kadu, asendub vältimatult uuega, kuid on erinevaid viise hoida või luua avatust, mis avaliku ruumi tõeliselt avalikuks teeb.

KOKKUVÕTE

Antud töös uuriti Ülemiste City ja Volta kvartali, kui linnauuendusprotsesse läbivate tööstusalaade, koha identiteeti ja väliruumi kujunemist. Uuriti maastikuarhitektide ja arendajate arvamusi kohtade identiteedist ning viise, kuidas identiteet seostub väliruumi kujunemisega.

Uurimusest selgus, et koha identiteet on mõiste, mille sisule ja tähendusele on lähenetud vägagi erinevalt. Eesti praktikas tajutakse seda kui koha materiaalsust ja tähendusi kombineerivat. Seda nähakse kui ajas püsivat, kuid ka kujundatavat ja brändiga seostuvat.

Maastikuarhitektide ja arendajate kohataju, mõjutasid juhtumite puhul nii koha füüsiline olemus, kui erinevad teadmised ja hinnangud koha minevikule ja tulevikule. Koha identiteet seostus nii koha pakutud teenuste ja funktsioonidega, industriaalpärandiga, kui ka koha brändiga. Ruumis tähenduste ja inspiratsiooni leidmine on üks disainimisel kasutatavatest vahenditest. Väliruumi kujundamisel väljendus tajutud identiteet põhiliselt kohataju disainis ja esteetilistes otsustes.

Koha identiteedi kujundamisel avalikus ruumis oli olulisel kohal maamärkide loomine. Antud aladel võis maamärkidena näha nii suureskaalalisi linnakunsti teoseid, kui maastikuarhitektuurseid objekte. Nende funktsioonidena nähti koha identiteedi edasi kandmist ja inimeste alale kutsumist. Maamärkidele oli omane seotus koha brändiga ning fotogeenilisus, mis soodustas brändiga kooskõlas koha representatsioonide levikut.

Identiteet avaldus kohtade avalikus ruumis ka läbi teiste brändi tähistajate, milleks võisid olla erinevad sildid, viidad, jm. Neid nähti kui territoriaalse identiteedi stabiliseerijaid, mis potentsiaalselt avaliku ruumi tajutud avalikkust vähendasid.

SUMMARY

The aim of this thesis was to study design in relation to place identity under the condition of urban regeneration of industrial areas in Tallinn, Estonia. Two cases were selected – Volta kvartal and Ülemiste City.

The main research question was: how does the identity attributed to Volta kvartal and Ülemiste City, affect the development of public space? Two specific research questions were proposed:

1. How is place identity understood by the developers and landscape architects of these areas?
2. How does identity as related to these places affect the development of public space?

The thesis is divided into two main parts. First the results of literature review are presented. Urban renewal in Tallinn is described through the context of urban renewal of industrial areas. Then relevant theories on places from the viewpoint of landscape architecture are presented in order to understand place identity. Four paradigms are introduced: place as natural essence, experiential phenomenon, relational construct and assemblage. Finally the term place brand is introduced.

In the second part of the thesis methodology is presented. Qualitative methods and case study method were used to answer the research questions. For both areas the landscape architects and developers were interviewed and site visits conducted. In the results chapter the following topics were discussed: discourse on places, setting the projects in the context of urban renewal in Tallinn, designing of the public space and brand signifiers present in the areas.

The results showed that in Estonian discourse place identity as a term was quite contested. It was understood as combining place materiality and meaning. Something that was stable in time, but could be designed, shaped and branded.

Place identity of the areas were understood as becoming from the functions of the site, history and future of the area, architectural heritage from a certain time period as well as place brand. The sense of place of landscape architects and developers was constituted as much of the actuality of the site as well as knowledge of different plans and visions for the future. The perceived place identity was used mainly as a narrative tool for aesthetic choices. The functional program and other aspects of the design were developed by relying on the detailed plans, architectural program, desired sociality and so on.

Place identity was also related to the creation of landmarks in the areas. For one landmarks were seen as unusually tall buildings for the area. They could also be photogenic objects in the public space that related to place brands, such as a large façade painting reflecting the place brand of a smart city, preserved water tower from the industrial past, or designed architectonic elements, relating to the feel of industry. Landmarks were seen as important signifiers of place identity, inviting people to the areas as well as allowing for the circulation of on brand representations of the place.

The exclusionary effect of place identity was reflected on. Signifiers of the place brands in the public spaces of the areas, such as logos, company names, on brand signage and fixed up heritage buildings, were seen as stabilizing the territorial identity. Thus potentially creating a sense of enclosure and reducing the 'publicness' of the areas.

KASUTATUD KIRJANDUS

Ärileht (2005) *Suur-Sõjamäele kerkib innovatsioonilinn*. Available at: <http://arileht.delfi.ee/news/uudised/suur-sojamaele-kerkib-innovatsioonilinn?id=51049287>

(Vaadatud: 25. aprill 2018).

Aronson, B. (2014) *Placemaking in practice - the rivercity Gothenburg example*, IFHP Blog. Available at: <http://www.ifhp.org/ifhp-blog/placemaking-practice---rivercity-gothenburg-example> (Vaadatud: 10. mai 2018).

Boisen, M. *et al.* (2017) „Reframing place promotion, place marketing, and place branding - moving beyond conceptual confusion“, *Cities*. Elsevier, (August), lk 1–8. doi: 10.1016/j.cities.2017.08.021.

Bourdieu, P. (1994) *Praktilised põhjused*. Tänapäev.

Braae, E. (2015) *Beauty Redeemed Recycling Post-Industrial Landscapes*. Birkhäuser.

Brink, A. van den *et al.* (2017) *Research in Landscape Architecture Methods and Methodology*. Oxon: Routledge.

Carmon, N. (1999) „Three generations of urban renewal policies: analysis and policy implications“, *Geoforum*, 30(2), lk 145–158. doi: 10.1016/S0016-7185(99)00012-3.

Couch, C., Sykes, O. ja Börstinghaus, W. (2011) „Thirty years of urban regeneration in Britain, Germany and France: The importance of context and path dependency“, *Progress in Planning*, 75(1), lk 1–52. doi: 10.1016/j.progress.2010.12.001.

Creswell, J. W. (2009) *Research design: qualitative, quantitative, and mixed methods approaches*. Los Angeles: Sage Publications.

DeLanda, M. (2006) *Assemblage Theory*. Edinburgh University Press. Available at: <http://www.jstor.org/stable/10.3366/j.ctt1bh2hgn>.

Desvallées, A. ja Mairesse, F. (2010) *Museoloogia põhimõisted*. Toimetanud A. Aljas. ICOM Eesti Rahvuskomitee Peatoimetaja:

Dovey, K. (2009) *Becoming Places: Urbanism/Architecture/Identity/Power*. Routledge. doi: 10.4324/9780203875001.

Ehitudusudised (2017) „Volta kvartalis valmis Eesti suurim šabloonimaaling“, *Äripäev*, 20 aprill. Available at: <http://www.ehitudusudised.ee/uudised/2017/04/20/volta-kvartalis-valmis-eesti-suurim-sabloonimaaling>.

Ehitudusudised (2017) *Merkol ja KMGI valmis trammitee pikendus lennujaamani*, *Äripäev*. Available at: <http://www.ehitudusudised.ee/uudised/2017/08/31/merkol-ja-kmgil-valmis-trammitee-pikendus-lennujaamani> (Vaadatud: 25. aprill 2018).

Endover KVB OÜ (s.a. a) *Volta kvartal – Tallinna stiilseim mereäärne elu- ja ärikvartal*. Available at: <https://endover.ee/voltaloftid/volta-kvartal/> (Vaadatud: 15. mai 2018).

Endover KVB OÜ (s.a. b) *Volta loftid*. Available at: <https://endover.ee/voltaloftid/projektist/> (Vaadatud: 15. mai 2018).

Goonewardena, K. et al. (2008) *Space, difference, everyday life: Reading Henri Lefebvre, Space, Difference, Everyday Life: Reading Henri Lefebvre*. doi: 10.4324/9780203933213.

Grimski, D. ja Ferber, U. (2001) „Urban brownfields in Europe“, *Land Contamination and Reclamation*, 9(JANUARY 2001), lk 143–148. Available at: <http://scholar.google.com/scholar?hl=en&btnG=Search&q=intitle:Urban+Brownfields+in+Europe#0>.

Hendrikson&KO, 3+1 Arhitektid ja B+H Architects (s.a.) *Ülemiste City linnaruumiline analüüs*. Available at: <http://www.hendrikson.ee/maps/Ulemiste-City/miks.html#> (Vaadatud: 25. aprill 2018).

Hoyler, M. (1999) „Interpreting identities: Doreen Massey on politics, gender, and space-time“, *Power-geometries and the politics of space-time*, 2, lk 47–79.

Hung, Y. (s.a.) „Landscape Infrastructure: Systems of Contingency, Flexibility, and Adaptability“, *ideaswa*. Available at: <http://live-swagroup.pantheon.io/wp-content/uploads/2016/03/ideaswa.pdf>.

Identity (2014) *Ülemiste City Stiiliraamat*. Available at: http://ulemistecity.ee/wp-content/uploads/2014/07/Ulemiste_City_CVI.pdf (Vaadatud: 15. mai 2018).

Identity (s.a.) *Ülemiste City*. Available at: <http://identity.ee/portfolio/ulemiste-city/> (Vaadatud: 25. aprill 2018).

Ingold, T. (2011) *Being alive: essays on movement, knowledge and description*. Routledge.

Jivén, G. ja Larkham, P. J. (2003) „Sense of place, authenticity and character: A commentary“, *Journal of Urban Design*, 8(1), lk 67–81. doi: 10.1080/1357480032000064773.

Kahn, A. ja Burns, C. J. (2005) *Site Matters*. Routledge.

Kaljulandi, L. ja Sooväli-Sepping, H. (2014) *Maastik ja mälu Pärandilooma arenguhooni Eestis*. Toimetanud L. Kaljulandi ja H. Sooväli-Sepping. Tallinn: TLÜ Kirjastus.

Karro-Kalberg, M. (2017) „Tallinn ei tohi olla suvaline linn“, *Sirp*, 17 november. Available at: <http://www.sirp.ee/s1-artiklid/arhitektuur/tallinn-ei-tohi-olla-suvaline-linn/>.

Kartau, M. (2014) *Kultuuritehas Polymer jõudis kuulsusrikka lõpuni*, *ERR*. Available at: <https://kultuur.err.ee/296512/kultuuritehas-polymer-joudis-kuulsusrikka-lopuni> (Vaadatud: 16. mai 2018).

Kindermann, G. *et al.* (2016) „Landscape Values: Place and Praxis“, *Centre for Landscape Studies*. Available at: <http://www.conference.ie/Conferences/index.asp?Conference=448>.

Kjerrgren, L. (2015) *Lost in Place: On Place Theory and Landscape Architecture*. Swedish University of Agricultural Sciences.

Klingmann, A. (2003) „Brandscapes“, *Archithese*, juuni, lk 1–12. Available at: https://issuu.com/archithese/docs/archithese_6.03_branding.

Klingmann, A. (2006) „Brandism™“, *The Slatin Report*. Available at: <http://www.klingmann.com/research/publications.php?tl=research&p=publications&sc=articles> (Vaadatud: 16. aprill 2018).

Kodres, M. (2008) „Volta kvartali esimene visiitkaart sai valmis“, *Eesti Päevaleht*, 19 veebruar. Available at: <http://epl.delfi.ee/news/eesti/volta-kvartali-esimene-visiitkaart-sai-valmis?id=51119921>.

Kruut, M. (2009) „Dvigatel, kunagine majanduse suur mootor“, *Tehnikamaailm*, mai. Available at: <https://www.tehnikamaailm.ee/dvigatel-kunagine-majanduse-suur-mootor/>.

Kuningas, H. (2016) „Kas tööstuspärandit tuleks restaureerida või rekonstrueerida?“, *Muinsuskaitse aastaraamat*. AS Printon. Available at: https://www.parandiaasta.ee/wp-content/uploads/2017/12/Kas-tööstuspärandit-tuleks-restaureerida-või-rekonstrueerida_Henry-Kuningas.pdf.

Laherand, M.-L. (2008) *Kvalitatiivne uurimisviis*. Tallinn: Sulesepp.

Lai, L. W. C., Chau, K. W. ja Cheung, P. A. C. W. (2018) „Urban renewal and redevelopment: Social justice and property rights with reference to Hong Kong’s constitutional capitalism“, *Cities*. Elsevier, 74(January), lk 240–248. doi: 10.1016/j.cities.2017.12.010.

Lausing, T. (2004) „Dvigatel sai 105-aastaseks“, *Lasnamäe linnaosa ajaleht*, mai. Available at: <https://www.tallinn.ee/est/g1070s16667>.

Leclercq, E. (2018) *Privatisation of the Production of Public Space*. Delft University of Technology. doi: 10.7480/abe.2018.5.

Lefebvre, H. (1991) *The Production of Space, Urban Studies*. Blackwell. doi: 10.1080/00420989220081001.

Loures, L. ja Panagopoulos, T. (2007) „Sustainable reclamation of industrial areas in urban

landscapes“, *WIT Transactions on Ecology and the Environment*, 102, lk 791–800. doi: 10.2495/SDP070752.

Mainor Ülemiste AS ja K-Projekt AS (2011) *Suur-Sõjamäe, Löötsa, Sepise, Valukoja ja Ääsi tänava vahelise ala detailplaneering*. Tallinn. Available at: <https://tpr.tallinn.ee/DetailPlanning/Details/DP027070#tab31>.

Makhzoumi, J. M. (2002) „Landscape in the Middle East: An inquiry“, *Landscape Research*. Routledge, 27(3), lk 213–228. doi: 10.1080/01426390220149494.

Martínez, F. (2017) „‘ This Place Has Potential ’: Trash , Culture , and Urban Regeneration in Tallinn , Estonia“, 42(3), lk 4–22.

Massey, D. (2002) „What does it mean for geography?“, *Geographical Association*, 87(4), lk 293–296.

Meiessaar, M. (2009) „Kalinini tehase ümbersünni avalöö – loomelinnak tuleb!“, *Eesti Päevaleht*, 13 aprill. Available at: <http://epl.delfi.ee/news/melu/kalinini-tehase-umbersunni-avalook-loomelinnak-tuleb?id=51165250>.

Mürsepp, L. (2013) „Industriaalpiirkondade taaselustamisprotsess: elamisruum tallinna konverteeritud tehasehoonetes“.

Nelk, A. (s.a.) *Ajalugu, kultuur, Kultuurikatla koduleht*. Available at: <https://kultuurikatel.ee/ajalugu/> (Vaadatud: 17. mai 2018).

Nurme, S. ja Nutt, N. (2012) *Pargiterminite seletussõnaraamat*. Chaser Print Agency.

Nutt, N. (2017) *Tajutav maastik teoreetilis-metodoloogiline käsitus maastikust*. Eesti Maaülikool.

Oja, U. (2007) „Tagasivõidetud Volta kvartalist saab autovaba keskkond“, *Postimees*, 27 oktoober. Available at: <https://www.postimees.ee/1720091/tagasivoidetud-volta-kvartalistsaab-autovaba-keskkond>.

OÜ Volta (s.a.) *Ettevõtte ajalugu*. Available at: <https://www.volta.ee/volta/ajalugu.html> (Vaadatud: 6. märts 2018).

Õunapuu, L. (2014) „Kvalitatiivne ja kvantitatiivne uurimisviis sotsiaalteadustes“, lk 211.

Pastak, I. (2014) *Tööstusalade ümberkujundamine ja selle roll linnaosa arengus Põhja-Tallinna näitel*. Tartu Ülikool.

Patendiamet (2006a) *Kaubamärk: ülemiste city*. Available at: <http://andmebaas.epa.ee/avalik/#/trademarks?nr=M200501493&ln=et> (Vaadatud: 15. mai 2018).

Patendiamet (2006b) *Kaubamärk: ÜLEMISTE CITY Home of Innovation Innovatsiooni kodu*. Available at: <http://andmebaas.epa.ee/avalik/#/trademarks?nr=M200501494&ln=et> (Vaadatud: 15. mai 2018).

Patendiamet (2015a) *Kaubamärk: Ü Ülemiste City*. Available at: <http://andmebaas.epa.ee/avalik/#/trademarks?nr=M201400114&ln=et> (Vaadatud: 15. mai 2018).

Patendiamet (2015b) *Kaubamärk: Ü Ülemiste City Smart City*. Available at: <http://andmebaas.epa.ee/avalik/#/trademarks?nr=M201400403&ln=et> (Vaadatud: 15. mai 2018).

Patendiamet (2017) *Kaubamärk: VOLTA KVARTAL*. Available at: <http://andmebaas.epa.ee/avalik/#/trademarks?nr=M201700155&ln=et> (Vaadatud: 15. mai 2018).

Patendiamet (2018) *Kaubamärk: VOLTA DESIGN DISTRICT*. Available at: <http://andmebaas.epa.ee/avalik/#/trademarks?nr=M201800215&ln=et>.

Põlendik, K. (2014) „Vaata, milline on Ülemiste City 10 aasta pärast“, *Äripäev*, 11 veebruar. Available at: <https://www.aripaev.ee/uudised/2014/02/11/vaata-milline-on-ulemiste-city-10-aasta-parast>.

Porter, N. (2015) *Landscape and Branding: The promotion and production of place*. Taylor & Francis (Routledge Research in Landscape and Environmental Design). Available at: https://books.google.ee/books?id=o_aocgAAQBAJ.

Relph, E. (1976) *Place and placelessness*. London: Pion.

Relph, E. (2016) „The Paradox of Place and the Evolution of Placelessness“, *Place and Placelessness Revisited*. New York: Routledge, 1. Kindle Edition.

Riesto, S. (2018) *Biography of an Industrial Landscape Carlsberg's Urban Spaces Retold*. Amsterdam University Press.

Rünkla, I. (2016) *Arhitektuursest mõtlemisest: seostest tunnetuslike ja ühiskondlike konstruktsioonide vahel arhitektuuri praktika näitel*. Eesti Kunstiakadeemia.

Schwartz, M. (2013) *The Role of Urban Spaces in the Creation of Value*, *The World Financial Review*.

Seamon, D. ja Sowers, J. (2008) „Place and Placelessness, Edward Relph“, *Key Texts in Human Geography*, (January 2008), lk 43–52. doi: 10.4135/9781446213742.n5.

Smith, N. (2002) „New globalism, new urbanism: gentrification as global urban strategy“, *Antipode*, 34(3), lk 427–450. doi: 10.1111/1467-8330.00249.

Tallinna Linnaplaneerimise Amet ja ConArte OÜ (2018) *Volta kvartali detailplaneering*. Tallinn. Available at: <https://tpr.tallinn.ee/DetailPlanning/Details/DP016580#tab33>.

Teder, M. (2004) „Endisest Kalinini tehasest võib saada kultuurikvartal“, *Eesti Päevaleht*, 26 mai. Available at: <http://epl.delfi.ee/news/eesti/endisest-kalinini-tehasest-voib-saada-kultuurikvartal?id=50984921>.

Telliskivi Loomelinnak (s.a.) *Telliskivi Loomelinnaku lugu*. Available at: <https://telliskivi.cc/about-est/> (Vaadatud: 16. mai 2018).

Tooming, U. (2006) „Vanast tehasest kujuneb inimsõbralik elukeskkond“, *Postimees*, 3

oktoober. Available at:
https://www.volta.ee/volta/artiklid/failid/volta_postimees_16_okt_2006.pdf.

Ülemiste City (s.a.) *Ülemiste City tutvustus*. Available at:
<http://ulemistecity.ee/innovators/ulemiste-city-tutvustus/> (Vaadatud: 25. aprill 2018).

Uncube blog (2015) *Steam Dreams, Sauna by Raumlabor in Gothenburg, Uncube Magazine*. Available at: <http://www.uncubemagazine.com/blog/16065171> (Vaadatud: 10. mai 2018).

Unt, A. (2009) „Avalik ruum avatud teosena. Kalasadama juhtum“. Available at:
https://www.ttu.ee/public/t/tartu-kolledz/Acta_1_Anna-Liisa_Unt.pdf.

Wang, J. (2009) „‘ Art in capital ’: Shaping distinctiveness in a culture-led urban regeneration project in Red Town , Shanghai“, *Cities*. Elsevier Ltd, 26(6), lk 318–330. doi: 10.1016/j.cities.2009.08.002.

Xie, P. F. (2015) „Annals of Tourism Research A life cycle model of industrial heritage development“, *Annals of Tourism Research*. Elsevier Ltd, 55, lk 141–154. doi: 10.1016/j.annals.2015.09.012.

Yung, E. H. K., Zhang, Q. ja Chan, E. H. W. (2017) „Underlying social factors for evaluating heritage conservation in urban renewal districts“, *Habitat International*. Elsevier Ltd, 66, lk 135–148. doi: 10.1016/j.habitatint.2017.06.004.

Zukin, S. ja Braslow, L. (2011) „The life cycle of New York’s creative districts: Reflections on the unanticipated consequences of unplanned cultural zones“, *City, Culture and Society*. Elsevier Ltd, 2(3), lk 131–140. doi: 10.1016/j.ccs.2011.06.003.

LISAD

Lisa 1. Intervjuu kava

Tabel 1. Intervjuu küsimused

Arendaja	Maastikuarhitekt
Uurimisteema sissejuhatus, lühike ülevaade, uurija enesetutvustus	Uurimisteema sissejuhatus, lühike ülevaade, uurija enesetutvustus
<i>I Sissejuhatus</i> 1. Kirjeldage arendusprojekti. Millega on tegemist? 2. Milline on teie roll selles projektis?	<i>I Sissejuhatus</i> 1. Kirjeldage ala maastikuarhitektuurset lahendust. Millega on tegemist? 2. Milline oli teie roll selles projektis?
<i>II Uurimisteema sissejuhatus</i> 1. Kui tuttavad on teie jaoks väljendid "koha identiteet", "paigavaim", "genius loci", "olemasolev olukord", "paiga maine"? 2. Milliseid väljendeid eelistaksite oma töös? 3. Kuidas hindate nende väljendite relevantsust eesti praktikas?	<i>II Uurimisteema sissejuhatus</i> 1. Kui tuttavad on teie jaoks väljendid "koha identiteet", "paigavaim", "genius loci", "olemasolev olukord", "paiga maine"? 2. Milliseid väljendeid eelistaksite oma töös? 3. Kuidas hindate nende väljendite relevantsust eesti praktikas?
<i>III Uurimisteema küsimused</i> 1. Kuidas paigutub arendus Tallinna praeguste arengute konteksti?	<i>III Uurimisteema küsimused</i> 1. Kuidas paigutub arendus Tallinna praeguste arengute konteksti?

<p>2. Milline on ala omapära?</p> <p>3. Kuidas selle määrasite?</p> <p>4. Millised on paiga väärtused?</p> <p>5. Milliste teiste paikadega on Volta kvartal seotud?</p> <p>6. Millised projektid olid antud arendusele eeskujuks?</p> <p>7. Kuidas mõjutas arendust ala ajalugu tööstusalana?</p> <p>8. Kuidas mõjutas ala esialgne seis arenduse ruumilist kujunemist?</p> <p>9. Kes mõjutasid olulisi ruumilisi otsuseid?</p> <p>10. Milline on arenduse kuvand?</p> <p>11. Milliseid meetodeid olete kasutanud selle kujundamiseks?</p>	<p>2. Milliste teiste paikadega on kvartal seotud?</p> <p>3. Millised olid tellija ootused ala lahendusele?</p> <p>4. Milline on väliala lahenduse kontseptsioon?</p> <p>5. Millised projektid olid kujunduslahendusele eeskujuks?</p> <p>6. Kes olid lahenduse väljatöötamisse kaasatud?</p> <p>7. Kuidas mõjutas lahendust ala ajalugu tööstusalana?</p> <p>8. Kuidas mõjutas ala olemasolev olukord lahenduse kujunemist?</p> <p>9. Milline on ala omapära?</p> <p>10. Mida analüüsisite mõistmaks ala väärtuseid ja potentsiaali?</p> <p>11. Millised on paiga väärtused?</p> <p>12. Kuidas tööte alal leitud väärtusi disainis esile?</p>
<p><i>IV Lõpetavad küsimused</i></p> <p>1. Kas teil on eelneva kohta veel midagi lisada? On oodatud igasugused huvitavad ettepanekud, soovitusel, tähelepanekud. Kas midagi olulist jäi antud teemal puudutamata? Intervjuu lühike kokkuvõte. Tänuõnad!</p>	<p><i>IV Lõpetavad küsimused</i></p> <p>1. Kas teil on eelneva kohta veel midagi lisada? On oodatud igasugused huvitavad ettepanekud, soovitusel, tähelepanekud. Kas midagi olulist jäi antud teemal puudutamata? Intervjuu lühike kokkuvõte. Tänuõnad!</p>

**Lihthitsents lõputöö salvestamiseks ja üldsusele kättesaadavaks tegemiseks
ning juhendaja(te) kinnitus lõputöö kaitsmisele lubamise kohta**

Mina, Liisa Sekavin,
(sünnipäev 06/07/92 49207066827)

1. annan Eesti Maaülikoolile tasuta loa (lihthitsentsi) enda loodud lõputöö
Tallinna brändmaastikud: kohtade identiteet endistel tööstusaladel Volta kvartali ja Ülemiste
City näitel,
mille juhendajad on Friedrich Kuhlmann ja Gloria Niin,
 - 1.1. salvestamiseks säilitamise eesmärgil,
 - 1.2. digiarhiivi DSpace lisamiseks ja
 - 1.3. veebikeskkonnas üldsusele kättesaadavaks tegemisekskuni autoriõiguse kehtivuse tähtaja lõppemiseni;
2. olen teadlik, et punktis 1 nimetatud õigused jäävad alles ka autorile;
3. kinnitan, et lihthitsentsi andmisega ei rikuta teiste isikute intellektuaalomandi ega
isikuandmete kaitse seadusest tulenevaid õigusi.

Lõputöö autor

allkiri

Tartu, 23.05.2018

Juhendaja(te) kinnitus lõputöö kaitsmisele lubamise kohta

Luban lõputöö kaitsmisele.

(juhendaja nimi ja allkiri)

(kuupäev)

(juhendaja nimi ja allkiri)

(kuupäev)